

10  
M.S.Qosimova, D.A.Shodibekova  
M.A.Yusupov, A.N.Samadov

# KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH



65  
№ 64

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

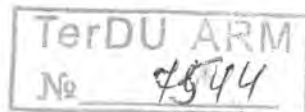
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

M.S.Qosimova, D. A.Shodibekova, M.A.Yusupov,  
A.N.Samadov.

# KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi  
oily o'quv yurtlararo ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini  
muvofiqlashtiruvchi kengash tomonidan oily o'quv yurtlarining  
iqtisodiy ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun o'quv qo'llanma  
sifatida tavsiya etilgan*

O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jang'armasi nashriyoti  
Toshkent-2005



**Qosimova M.S., Shodibekova D. A., Yusupov M. A., Samadov A.N. Kichik biznesni boshqarish. O'quv qo'llanma. -T.: O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005. 160 b.**

Ushbu o'quv qo'llanmada kichik biznesning mohiyati va iqtisodiyotda tutgan o'ri, uning rivojiga ta'sir etuvchi omillar, xorijda va o'zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznes faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish, litsenziyalash, sertifikatsiyalash va standartlashtirish, kadrlarni tanlash va o'qitish, boshqarish, kichik biznesni bank bilan aloqalari, uni moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash shakllari, kichik biznesda investitsiyalarni loyihaviy tahlili, kichik biznesda lizing, franchayzing, bankrotlik masalalari ko'rsatib berilgan. Shuningdek darslikda kichik biznesni tashqi iqtisodiy aloqalari, uni axborot bilan ta'minlash usullari, kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish yo'llari, kichik biznesni boshqarishning dolzarb muammolari batafsil bayon etilgan.

O'quv qo'llanma biznes boshqaruvi ta'lim yo'nalishidagi oliy o'quv yurtlarining bakalavrlari, magistrleri, ilmiy-tadqiqotchilariga va professor-o'qituvchilariga mo'ljallangan.

**M a'sul  
muharir:**

**D.N.Rahimova,**  
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti  
huzuridagi Davlat va Jamiyat qurilishi Akademiyasi  
«Menejment» kafedrasini mudiri, iqtisod fanlari doktori,  
professor.

**Taqrizchilar:**

**F.Q.Komilova,**  
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti «Turizm  
servis va marketing» kafedrasini mudiri, iqtisod  
fanlari doktori, professor;  
**Sh. J.Ergashxo'jayeva,**  
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti  
«Marketing» kafedrasini mudiri, iqtisod fanlari  
nomzodi, dotsent.

**Ekspertlar:**

**O.Abduvohobov,**  
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti  
Ichki nazorat va monitoring bo'limi boshlig'i,  
iqtisod fanlari nomzodi, dotsent;  
**B.J.Safarov,**  
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti  
«Marketing» kafedrasini dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi.

© O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi  
Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005.

*Касымова М.С., Шадыбекова Д. А., Юсупов М.А., Самидов А.Н. Управление малым бизнесом. Учебное пособие. -Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2005, 160 с.*

*В данной учебной пособии говорится о сути малого бизнеса и его значении в экономике, о факторах его развития, о формах малого бизнеса в Узбекистане и за рубежом, о значении организации и развития малого бизнеса. Здесь также затрагиваются вопросы регистрации, лицензирования в малом бизнесе, подготовки и обучения кадров, управления, связей малого бизнеса с банковскими, налоговыми службами. В этом учебном пособии рассмотрены также формы финансового и кредитного обеспечения малого бизнеса, лизинг, франчайзинг. Также, эта учебная пособия вкратце представляет внешне экономические связи малого бизнеса, методы использования маркетинга на предприятиях малого бизнеса, актуальные проблемы малого бизнеса. Учебные пособие предназначена для студентов вузов, и колледжей, слушателей школ бизнеса, а также всех тех, кто интересуется предпринимательской деятельностью.*

**Ответственный редактор:**

*Д.Н.Рахимова,  
Заведующий кафедрой «Менеджмент» Академии Государственного и общественного строительства при Президента Республики Узбекистан, доктор экономических наук, профессор*

**Рецензенты:**

*Ф.К.Камилова,  
Заведующий кафедрой «Маркетинг и сервис в туризме» ТГЭУ, доктор экономических наук, профессор  
Ш.Ж.Эргашходжаева,  
Заведующий кафедрой «Маркетинг» ТГЭУ, кандидат экономических наук, доцент*

**Эксперты:**

*О.Абдувахобов,  
Начальник отдела внутреннего контроля и мониторинга ТГЭУ, кандидат экономических наук, доцент  
Б.Ж.Сафаров,  
Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг» ТГЭУ.*

**Qosimova M.S., Shodibekova D.A., Yusupov M. A., Samadov A. Management of small business. Manual -T.: pub. LFUWU, 2005, 160 p.**

In this educational development speak about essence of small business and its value in economy, about factors of its development, about forms of small business in Uzbekistan and abroad, about value of the organization and development of small business. Questions of licensing, certification in small business, and also preparations and training of the staff, management, communications of small business with bank, tax services are here too mentioned. This educational development discusses also forms of financial and credit maintenance of small business, the design analysis of investments in small business, leasing, franchising, externally economic relations. Thus, this curriculum in brief represents externally economic relations of small business, information methodical development, methods of use of marketing at the enterprises of small business, actual problems of small business.

The manual is recommended for the bachelor and masters students and professor – lecturers and researches of higher education establishments majoring in the direction of “Economics”

**Responsible editor:** **D.N.Raximova,**  
- head of “Manejment” department of the academy of state and social construction under President of the republik of Uzbekistan, doktor of economic science, professor.

**Referents:** **F. K.Kamilova,**  
- head of “Marketing and servis of turizm” departmt at state Economic University, doktor of economic science, professor;

**Sh.J.Ergashxodjaeva**  
- head of “Marketing and servis of turizm” department at state Economic University, candidate of Economic Sciences, dotsent.

**Experts :** **O.Abdurahobov,**  
- head of internal control and monitoring Dpartment at State Economic University, candidate of Economic Sciences, dotsent;

**B.J.Safarov,**  
- candidate of Economic Sciences, dotsent of “ Marketing” Department TSEU.

## KIRISH

**Fanni o'rganishning dolzarbligi.** Respublikamiz mustaqillikka erishgandan so'ng iqtisodiyotni rivojlantirish, isloh qilish va erkinlashtirish uchun keng imkoniyatlar yaratildi. Prezident I.A. Karimov tomonidan ishlab chiqilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun tanlangan yo'l to'g'riligi va tamoyillarini ta'sirchanligi hayot sharoitlarida tekshirilib, o'z isbotini topdi. Hozirgi kunda mazkur tamoyillarni amalga oshirish natijasida, O'zbekiston Respublikasida bozor iqtisodiyoti munosabatlari keng joriy etilib, ijtimoiy-siyosiy barqarorlik va sezilarli iqtisodiy o'sish amalga oshirilmoqda. Xususiy sektorni kengaytirish, kichik biznes, fermer xo'jaliklari va tadbirkorlikni jadal rivojlantirish borasida tub burilishga erishildi. Bugun kichik tadbirkorlik(biznes)ning yalpi ichki mahsulot hajmidagi ulushi 35,6%ni tashkil etdi. Bunga ko'p jihatdan huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotni mazkur sektori uchun qulaylik, imtiyoz va kreditlar tizimini shakllantirish tufayli erishildi.

Islahotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni liberalizatsiyalashtirish, kichik biznesni rivojlantirish, korxonalar faoliyati samaradorligini oshirish, ishlab chiqarishni va eksportni rivojlantirish, mavjud zahiralardan tejamonkorlik bilan foydalanish asosida sifatli va arzon xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarib, xalq turmush farovonligini oshirish bugungi kunning **dolzarb vazifalaridan** biri hisoblanadi. Kichik biznesni kelgusida ham jadal rivojlantirish iqtisodiy islohotlarni amalga oshirishning ustuvor vazifalaridan biri bo'lib qoladi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti hukumat oldiga 2007 yilda kichik biznes ulushini 45%ga yetkazish vazifasini qo'ydi.<sup>1</sup> Buning uchun hozirgi kundagi **asosiy masala** xususiy mulkchilik tarmog'ini kengaytirish, biznes uchun qulay muhit yaratish va uning kafolatlarini mustahkamlashdan iboratdir.

**Fan bo'yicha o'quv adabiyotlarning qiyosiy tahlili.** Bozor iqtisodiyoti asoslari, jumladan xususiy mulk shakllariga asoslangan korxonalar faoliyati ilmiy tadqiqotchilar tomonidan ko'p yillar davomida har tomonlama o'rganilib kelingan. Kichik biznes muammolarining ayrim nazariy va amaliy yo'nalishlari chet ellik iqtisodchi olimlar K.Dj.Kempbell, Djon Berdjес, Den Shtaynxoff, X.Shvalbe, E.A.Utkin va boshqalarning ilmiy ishlarida yoritib berilgan. Jumladan, AQSh iqtisodchi olimlari Djon Berdjес, Den Shtaynxoffning, Джон Берджес, Дэн Штайнхоф Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.- 496с.) kitobida kichik biznes va tadbirkorlikni bir qancha aspektlari, ayniqsa kichik biznesda marketingni rejalashtirish jarayoniga katta o'rin ajratilgan. Bundan tashqari, namunaviy biznes-reja, kichik biznes boshqaruvchimaslahatchisi uchun savolnoma berilgan.

Respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va kengaytirishning nazariy muammolari bilan iqtisodchi olimlar: S.S. G'ulomov, Yo.A. Abdullayev, V.B. Berkinov, M.S. Qosimova, B.Yu. Xodiyev va boshqalar shug'ullanib kelmoqdalar. Jumladan, S.S. G'ulomovning "Tadbirkorlik va kichik

---

<sup>1</sup> Каримов И.А 2004 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқинлари ва 2005 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Олий Мажлис Қонунчилиги палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Тошкент оқшоми.- 2005.- 31 январ

biznes”, M.S.Qosimova, B.Yu Xodiev va boshqalarning “Kichik biznesni boshqarish” o‘quv qo‘llanmasida kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznes tashkiliy formalari, rejalashtirish, litsenziyalash, boshqarish psixologiyasi, kichik biznesni moliyaviy holati va kredit bilan ta‘minlash, kichik biznesda marketingni xususiyatlari ko‘rib chiqilgan.

Respublikada amalga oshirilayotgan islohotlarni sifat jihatdan yangi bosqichga ko‘tarishda iqtisodiy bilimlar mustahkam zamin bo‘ladi. “Kichik biznesni boshqarish” fani hozirgi vaqtda iqtisodiy fanlarning asosiyalaridan biri bo‘lib uni zamon talabida talqin qilish, o‘qitish, o‘zlashtirish va amaliyotga tadbiiq etish juda ham dolzarb masaladir. Islohotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni liberalizatsiyalashtirishni asosiy negizi sifatida kichik biznesni rivojlantirishga bo‘lgan e‘tibor kichik biznes boshqaruvchilaridan katta bilimlarni talab qiladi. Hozirgi kunda nodavlat sektorida iqtisodiyotda band bo‘lgan kishilarning tortdan uch mehnat qilmoqda. Ularning daromadini oshirish har bir tadbirkordan ishini nimadan va qanday boshlash kerak, uni qanday tashkil etish va boshqarish kerakligi haqida ko‘nikmaga ega bo‘lishni taqozo etadi. Shu jihatdan olib qaraganda ushbu o‘quv qo‘llanma yuqoridagi muommolarni hal etishga muhim hissa qo‘shadi.

O‘zbek tili lotin imlosida tayyorlangan ushbu Darslik ”Kichik biznesni boshqarish” fani o‘quv dasturi asosida yuzaga kelgan. Mazkur o‘quv qo‘llanmada kichik biznesning mohiyati va iqtisodiyotda tutgan o‘rni, uning rivojiga ta‘sir etuvchi omillar, xorijda va O‘zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznesni boshqarish, bank soliq xizmati bilan aloqalari, uni moliyaviy holati va kredit bilan ta‘minlash imtiyozlari, kichik biznesda investitsiyalarni loyhaviy tahlili, kichik biznesda lizing, franchayzing, bankrotlik ko‘rsatib berilgan. Shuningdek ushbu qo‘llanmada kichik biznesni tashqi iqtisodiy aloqalari, kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish yo‘llari batafsil bayon etilgan.

Ushbu fanning asosiy vazifasi iqtisodiy bilimlarning amaldagi yutuqlaridan biznes faoliyatida maqsadga muvofiq foydalanishi, kichik biznes korxonalarining samaradorligini oshirish va uning asosida xalq farovonligini yuksaltirish yo‘llarini talabalarga o‘rgatishdan iboratdir. Darslik oliy o‘quv yurtlarining iqtisodiy mutaxassisliklari bo‘yicha ta‘lim olayotgan talabalar va boshqa shu soha bilan qiziquvchilarga mo‘ljallangan.

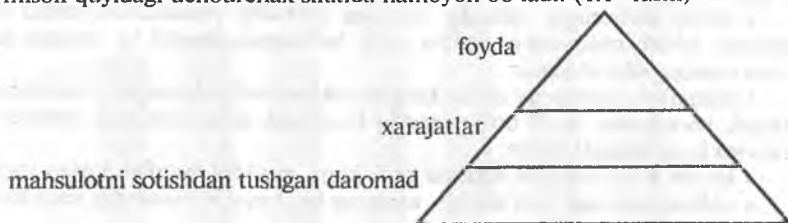
# I BOB KICHIK BIZNESNING MOHIYATI VA RIVOJLANISHI

## 1.1 Kichik biznes tushunchasi

“Biznes” soʻzi inglizcha soʻz boʻlib, u tadbirkorlik faoliyati yoki boshqacha soʻz bilan aytganda kishilarni foyda olishga qaratilgan faoliyatidir. Biznes bozor iqtisodiyotining barcha ishtirokchilari orasidagi munosabatlarni qamrab oladi va faqat ishbilarmonlarning emas, balki isteʼmolchilarning, yoʻllangan ishchilarning, davlat tizimi xizmatchilarining ham xatti -harakatlarini oʻz ichiga oladi. Bu holatda, biznes soʻzining sinonimlari boʻlib, maʼlum maʼnoda tijorat, savdo-sotiq kabi tushunchalar hisoblanadi. Umumiy koʻrinishda biznes – bu kishining bozor munosabatlari tizimidagi ishchanlik va faolligidir.

Mashhur amerikalik iqtisodchi **Yozef Shumpeter(1883-1950)** oʻzining “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” kitobida tadbirkorni novator, yaʼni yangilik yaratuvchi odam sifatida taʼriflagan. “Tadbirkorning vazifasi yangi kashfiyotlarni amalga tadbiiq qilish orqali ishlab chiqarish uslubini reforma qilish(yangilash)dan iborat. Keng maʼnoda koʻrib chiqilganda tadbirkorning vazifasi – yangi ochilgan bozor yoki xom ashyo bazasi asosida yangi tovar ishlab chiqarish yoki eskirganini modernizatsiya qilish uchun yangi texnologiyalar ishlatishdan iborat.”<sup>2</sup>

Biznesmen mahsulotini sotishi natijasida daromad oladi. Bu daromaddan ishlab chiqarish xarajatlari chegirib tashlanadi va qolgan qismi foydani tashkil qiladi. Bu jarayon misoli quyidagi uchburchak sifatida namoyon boʻladi. (1.1 -rasm)



1.1- rasm. Biznes jarayoni

*Manba:* Джон Берджес.Дэн Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.

Kichik biznesga oʻzining mustaqil mulki va xoʻjalik mustaqilligiga ega boʻlgan va oʻzining faoliyati sohasida yuqori (dominant) hisoblanmagan firmalar kiradi. Kichik korxonalar quyidagilar tomonidan bunyod etilishi mumkin: fuqarolar, ularning oila aʼzolari va boshqa birgalikda mehnat faoliyatini olib boruvchi shaxslar; davlat, ijara jamoalari, qoʻshma korxonalar, kooperativlar, hissadorlik jamiyatlari, xoʻjalik jamoalari, shirkatchilar va boshqa yuridik shaxs hisoblanuvchi korxonalar va tashkilotlar; davlat mulkini boshqarish huquqiga ega davlat idoralari; belgilangan idoralar, korxonalar, tashkilotlar va shaxslar hamkorlikda; amaldagi ishlab turgan korxonalar, tarkibidan, ishlovchi jamoa tashabbusi bilan, bitta yoki bir necha tarkibiy boʻlinma

<sup>2</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития.- М.: Прогресс,1982.



korxonalar mulki egasining roziligi va korxonaning ilgari qabul qilgan shartnomaviy majburiyatlarining bajarilishini ta'minlash sharti bilan ajratib olish natijasida tuziladi.

2004 Iyanvardan boshlab **kichik korxonalar** ularda ishlovchilar soniga qarab ajratiladi. Unga binoan, individual mehnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi va shirkatga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni, mikrofirmalarni, kichik korxonalarni kichik biznes subyektlari qatoriga kiritildi. (Bu haqida batafsil to'rtinchi bobda berilgan).

Bozor munosabatlari tizimida **kichik biznes** quyidagi alohida **xususiyatlari** bilan ajralib turadi: ishlab chiqarish hajmining, ishlovchilarning soni kamligi; dastlabki sarmoya hajmining kamligi; bozordagi talabga nisbatan tez moslasha borib, sifatli mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati; yangi ish o'rinlarini barpo etish va bandlik muommasini hal etishga ko'maklashish imkoniyati; biznes egasini tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishdagi bevosita ishtiroki; nisbatan qisqa muddatlarida aholi ehtiyoji uchun zarur bo'lgan tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni qondira olishi va boshqalar.

Kichik biznes subyektlari deb o'rnatilgan tartibda ro'yxatdan o'tkazilgan va tadbirkorlik faoliyati yuritayotgan yuridik va jismoniy shaxslar tushiniladi.

O'zining "kichik biznes" degan nomiga qaramasdan ushbu ishlab chiqarish va tijorat faoliyati turi barcha taraqqiy topayotgan davlat iqtisodida muhim ahamiyatga ega. Uning quyidagi afzalliklari mavjud:

- moslashuvchanlik, ya'ni ishlab chiqilayotgan mahsulot assortimenti va turini o'zgartirishi kichik korxonalarda unchalik katta qiyinchiliklar tug'dirmaydi;

- kichik biznesning iqtisodiy ustunligi mahalliy sharoitlarini yaxshi bilganlari sababli, ishlab chiqarishni uncha ko'p bo'lmagan kapital va mehnat xarajatlari bilan amalga oshirishidadir;

- mahalliy resurslarda ishlab turgan yoki mahalliy bozorni ta'minlab turuvchi kichik korxonalar hech bo'lmaganda transport xarajatlarining iqtisod qilinishi evaziga kam xarajatlidirlar;

- kichik korxonalarda mehnat sarfi kam, moddiy manfaatdorligi yuqori;

- ishlovchilarning kam sonligi, ularning har biri qobiliyatining yengilroq yuzaga chiqishiga yordam beradi;

Shuning uchun bozor iqtisodiga asoslangan davlatlarda kichik biznes o'z mavqeiini tinimsiz kuchaytirib va mustahkamlab bormoqda.

**Kichik biznes xo'jalik subyektlarining shakllari.**

Kichik biznesning quyidagi shakllari mavjud:

- *huquqiy maqomi bo'yicha*: jismoniy va yuridik shaxs maqomida;

- *band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha*: yakka tadbirkorlik, mikrofirma, kichik korxonalar;

- *mulkchilik shakli bo'yicha*: xususiy, davlat, jamoa, aralash;

- *faoliyat yo'nalishi bo'yicha*: ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat, moliyaviy va innovatsion tadbirkorlik faoliyati;

- *tadbirkorlikning qanday vazifani bajarishga yo'naltirilganiga qarab*: ishlab chiqarishni boshqarish, moliyalashtirish, vositachilik va maslahatchilikka qaratilgan tadbirkorlik;

- *faoliyat turlarining soni bo'yicha*: bitta va ko'p tarmoqli tadbirkorlik;

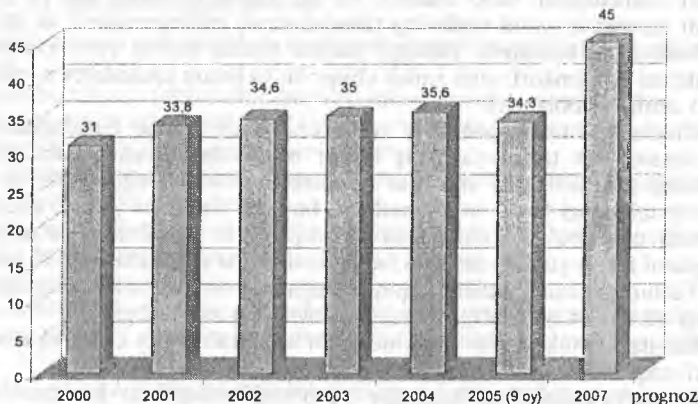
- *faoliyat murakkabligi bo'yicha*: maxsus bilim talab qilmaydigan, maxsus bilim talab qiladigan, yuqori texnologiyaga va nodir bilimga asoslangan tadbirkorlik;

• *faoliyatning tarmoq yo'nalishlari bo'yicha*: sanoat, agrosanoat, qishloq xo'jaligi, savdo va umumiy ovqatlanish, maishiy xizmat ko'rsatish, transport va aloqa, uy-joy va kommunal xo'jaligi, tijorat va moliya, ta'lim va fan, qurilish va boshqa xalq xo'jaligi tarmoqlaridagi tadbirkorlik. (Bu haqida batafsil keyingi boblarda berilgan).

## 1.2 Kichik biznesning rivojlanishi va unga ta'sir etuvchi omillar

O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektor asosan mustaqillik yillarida yuqori suratlarda rivojlanib borib, asosiy o'rinni egallab bormoqda.

2004 yilda mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tarmoq, ko'lami hamda hajmi salmoqli darajada o'sdi. Kichik biznes korxonalari soni o'tgan yilda 14 foizga ko'paydi. Xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisobiga 425 mingdan ziyod yangi ish o'rinlari tashkil etildi. Bu 2003 yilga nisbatan 14 foiz ko'p demakdir. Kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi ortdi va 2004 yilda 35,6 foizni tashkil etdi. 2007 yilga borib kichik biznesning mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotdagi ulushi kamida 45 foizga, yaqin 5-10 yil ichida esa 50-60 foizgacha yetkazilishi lozim<sup>3</sup> (rasm 1.3).



Rasm 1.3 O'zbekistonning yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarishi hajmida kichik biznes subyektlarining ulushi (% hisobida)

Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari.

Bu natijalarga erishishda tadbirkorlarning erkin faoliyat yuritishlarini kafolatlash, huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotni mazkur sektori uchun barqaror qulaylik yaratilganligi, ularni davlat ro'yxatiga olishning soddalashtirilgan

<sup>3</sup> Каримов И.А 2004 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2005 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Олий Мажлис Қонунчилиги палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Тошкент оқшоми.- 2005.- 31 январь

mexanizmini joriy qilish, maxsulot va xizmatlarni sertifikatlashtirish tartibini unifikatsiya qilish, kichik biznes subyektlarining kredit resurslaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish bo'yicha ko'rilgan bir qancha chora-tadbirlar muhim omil bo'ldi.

Kichik korxonalarining mavqei mustahkamlashib borishi quyidagi omillar bilan bog'liq:

**Birinchidan**, iqtisodiyot rivojlanishining yangi bosqichida iste'molchilar korxonaning hajmi (katta-kichikligi) bilan belgilanuvchi miqdoriy ko'rsatkichlarni afzal bila boshladilar. Bunday sharoitda qat'iy tarkibga ega bo'lgan yirik korxonalar qaranganda bozor muhitiga tezroq moslashuvchan kichik korxonalar iste'molchilar ehtiyojlariga mos tovarlarini ko'proq ishlab chiqaradilar.

**Ikkinchidan**, fan - texnika taraqqiyotining yangi bosqichini ishlab chiqarishning ixtisoslashuvini kengaytirish, ko'plab tarmoqlarda korxonalar hajmini oqilona kichraytirish, turli xildagi tovarlar va xizmatlarini taklif etib, taklifning individuallashuvini ta'minlash bilan birga, kichik korxonalarini ularning hajmiga muvofiq keladigan texnika bilan ta'minladi. Mikroprotessorlar, mini uskunalar, EHMlar va boshqalar ana shunday texnikalar jumlasidandir.

**Uchinchidan**, iste'molchilarning psixologiyasi o'zgardi. U bugungi kunda standart mahsulotlar sotib olishni, bir xil kiyim kiyishni, bir xil mashinada yurishni istamaydi, ya'ni talabning tabaqalashuvi (differensiyasi) va iste'molning individuallashuvi kuchaydi. Hozirgi vaqtda kichik biznes yirik korxonalarining raqobatchisi va hamkori, yirik ishlab chiqarish va butun iqtisodiyot rivojlanishining muhim omili hisoblanadi.

Kichik biznes taraqqiyotini ta'minlovchi asosiy omillar quyidagilardan iborat:

1. Iqtisodiyot tarmoqlarining bozor munosabatlariga o'tishi va iste'mol bozorining yaratilishi. Bu manfaat va talab doirasini kengaytiradi hamda faqat ommaviy talabdagi tovar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni yaratib qolmay, balki individual talab bo'lgan narsalarga ehtiyojni ham tug'diradi. Bunday talab va ehtiyojlarni tez va yuqori darajada faqat kichik korxonalariga qondira oladi.

2. Tadbirkorlarning mulki, huquqi va iqtisodiy manfaatlarining himoyalashiga huquqiy va davlat tarkibidagi idoralar kafolatining mavjudligi.

3. Ishbilarmonlikning davlat tomonidan soliq, moliyaviy kredit va amortizatsiya siyosati orqali munosib qo'llab-quvvatlanishi.

4. Davlat va munitsipal (mahalliy o'z-o'zini boshqarish) korxonalarini davlat tasarrufidan chiqarish, xususiyashtirish va kichik firmalarni bunyod etish.

5. Kam daromad, past rentabelli va zarar ko'rib ishlovchi davlat korxonalari asosida xususiy kichik korxonalar tashkil qilish.

6. Davlatning ijtimoiy-siyosiy jihatdan barqaror holati (bu xorijiy kapitalni jalb qilishga ko'maklashadi).

7. Jamiyatning tadbirkorlik to'g'risidagi ijobiy muruvvatli fikri.

8. Ishbilarmonlikning tashkiliy-huquqiy shaklini to'g'ri tanlash.

9. Bozor iqtisodiyoti infrastrukturasi (turli innovatsion markazlar, banklar, birjalar, sug'urta kompaniyalari, reklama agentliklari va boshqalar) tezkorlik bilan taraqqiy topishi.

Ishbilarmonlarni qo'zg'atuvchi kuch daromad olish ishtiyoqi bo'lib bu daromad ularga ishbilarmonlik firmalarini taraqqiy toptirish va o'z ishini kengaytirish, hamda unda ishlovchilarni moddiy rag'batlantirish uchun kerak bo'ladi.

o'z ishini tashkil qilishda ustuvor sabab bo'lib, inson o'zining jamiyatdagi iqtisodiy, moddiy va ijtimoiy holati (mavqei)ni yaxshilash, o'zining va oilasining hayoti farovonligini oshirish uchun intilishi hisoblanadi. Tadbirkorlik faoliyatiga turtki bo'ladigan boshqa sabablar qatoriga shaxsning o'zini ko'rsatishga, xalqning moliyaviy resurslaridan bir qismini, qo'shimcha mehnat va boshqa resurslarni xo'jalik jarayoniga jalb qilishga imkon borligi, fuqarolarning qonuniy ravishda o'z daromadlarini oshirishga, qo'shimcha daromad keltiruvchi faoliyat turi bilan astoydil shug'ullanishga imkoni borligi kabi omillarni qo'shish mumkin.

### **Qisqa xulosalar**

Tadbirkorlik va biznes iqtisodiy faoliyatning bir turi bo'lib, bu tushunchalar xususiy shaxslar, korxonalar, tashkilotlar tomonidan daromad olish maqsadida o'zining va shartnomadagi sheriklarining manfaatlarini ko'zlab, ishlab chiqarish, tovar sotib olish va sotish yoki boshqa tovarlar, xizmatlarni amalga oshirish yoki pulga ayirboshlash kabi erkin xo'jalik yuritish faoliyatini yuritishni bildiradi. Kichik biznes subyektlari huquqiy maqomi, band bo'lgan xodimlar soni, mulkchilik shakli, faoliyat yo'nalishi, faoliyatning tarmoq yo'nalishlari bo'yicha bir qancha shakllari mavjud.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati tushunchasi va mohiyati deganda nimani tushunasiz?
2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati iqtisodiyotdagi o'rni qanday?
3. "Biznes" va "tadbirkorlik" so'zlarining iqtisodiy tushunchasi va ularning farqi nimlardan iboratligini tushuntirib bering.
4. Kichik biznes korxonalarining bozor konyukturasi o'zgarishiga tezroq moslasha olishi sabablarini tushuntirib bering.
5. Kichik biznes korxonalarini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rsating.
6. Kichik biznesdagi tadbirkorlik turlarini keltiring.
7. Kichik biznesdagi tadbirkorlik shakllarini keltiring.
8. Respublikada qaysi turdagi kichik biznes korxonalarini ko'proq tarqalgan?
9. Kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlovchi qanday tadbirlarni bilasiz?
10. 2005 yil iyun va oktabr oylarida qabul qilingan Prezident farmon va qarorlarida kichik biznesni qo'llab-quvvatlovchi qanday tadbirlar ko'zda tutilgan?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник /Под. Ред. проф М.М. Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.
2. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.: Шарқ, 2002.
3. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex 3.html>

## II BOB O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNI SHAKILLANISHI

### 2.1 Kichik biznesni rivojlanish bosqichlari

O'zbekistonda xususiy tadbirkorlikni rivojlanishi va shakllanishining tarixini uch bosqichga bo'lish mumkin: inqilobgacha, sho'ro davri va mustaqillikdan keyingi davr. Tarixiy shunday narsa vujudga kelganki, **inqilobga qadar**, O'zbekiston juda katta xom-ashyo resurslari zahiralarga ega bo'lgan holda, o'z sanoatiga ega bo'lmagan. Podsho Rossiyasining sanoatchilari 1902 yilda Turkiston gubernatori ish yuritish xonasining "Hunarmandlik jamiyatlarini tarqatish" haqidagi Qarori chiqdi. 1909 yilda "Ustalar va kora ishchilar artelining Nizomi" tasdiqlandi.

Turkiston hunarmandlarining badiiy va maishiy buyumlari Peterburg va Moskvadagi har yillik Butunrossiya ko'rgazmalarida 1917 yilga qadar muntazam yetkazib berilgan, 1910 yillarda esa Samarqandda hunarmandlik buyumlarining bozor ko'rgazmalari o'tkazila boshlandi.

**Inqilobdan so'nggi davr** tadbirkorlar uchun murakkab va bir xil bo'lmagan. Sho'ro hukumatining birinchi yilidan boshlab hukumat mamlakatning butun hududida hunarmandlik ishlab chiqarishni bo'g'ishga harakat qilgan. Ammo, asta-sekinlik bilan, xususiy biznesga talablar hisobga olinib boshlandi va u ma'lum doiraga kiritildi. 1921 yilning 8 avgustida Turkiston Respublikasining Sovetlar markaziy Ijroiya Komiteti 88 -sonli "Hunarmandchilik va mayda sanoat haqida"gi qarorini qabul qildi. Bu qaror bilan hunarmandlik va mayda sanoatning reglamenti va statusi, ularning huquqlari va davlat bilan o'zaro munosabatlari belgilab berildi. Amalda respublikaning barcha hududlarida metall va yog'ochdan buyumlar ishlab chiqarish, kulolchilik kiyimlar va poyafzal tikish, qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlash, aholiga maishiy xizmatlar ko'rsatish, qishloq xo'jaligi asboblari ishlab chiqarish bo'yicha kichik korxonalar tashkil qilindi. Kichik korxonalarining tez rivojlanishi ularni boshqarish idoralari tuzish zaruriyatini keltirib chiqardi va 1923 yilning 16 sentabrida Turkiston Respublikasi Xalq Komissarlari Kengashi 139-sonli qarorni qabul qildi, unda TSSR hududida sanoatni umumiy tartibga solish vazifalari belgilab berilgan va viloyat ijroiya komitetlari bo'limlari huquqida harakat qiluvchi va viloyat ijroiya komiteti smetasi bo'yicha mahalliy budjetga kiruvchi mahalliy sanoatning viloyat bo'limlari tasdiqlangan. Sho'ro hokimiyati yillarida ustalar va hunarmandlar katta va mashaqqatli yo'lni bosib o'tdilar.

O'zbekistonning mustaqilligi haqidagi Deklaratsiyani qabul qilingan paytdan boshlab kichik va xususiy biznesni rivojlanishining **uchinchi davr** boshlandi. 1991 yilning 15 fevralida Prezident I. Karimov tomonidan O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to'g'risida qonun qabul qilindi. Birinchi xususiy korxonalar ochildi. Bu qonun korxonalarga ijobiy tashabbuslarini amalga oshirishga, turli muommalarni yechishga imkon berdi. Mustaqillikning dastlabki yillarida savdo, maishiy xizmat, mahalliy sanoat, ijtimoiy sohalar korxonalarini davlat mulkidan xususiy korxonalarga aylantirish jarayoni amalga oshirildi. So'ngra xususiylashtirish yiriklashtirilgan ishlab chiqarish bo'linmalari bo'yicha bajarildi, ularning zaminida ochiq turdagi hissadorlik jamiyatlari tuzildi.

Respublikaning barcha tarmoqlar va korxonalarda boshqaruv tizimlari tubdan o'zgartirilmoqda, xususiy tadbirkorlik kichik biznes shaklining rivojlanishi uchun

iqtisodiy va huquqiy assoslar yaratildi. Ayniqsa bu sohada 2005 yilda qabul qilingan Prezident Qaror va Farmonlarini ko'rsatib o'tish lozim. O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektor mustaqillik yillarida yuqori suratlarda rivojlanib borib, asosiy o'rinni egallab bormoqda. Prezidentimiz I.A. Karimov 28 yanvar 2005 yilda bo'lib o'tgan Oliy majlis Qonunchiligi palatasi va Senatining Majlisidagi nutqida ta'kidlab o'tganlaridek - "Mamlakatimizda kichik va xususiy tadbirkorlik yetakchi ro'l o'ynaydigan ko'p ukladli iqtisodiyot jadal shakllanmoqda". Oxirgi yillarda Respublikamizda mikrofirmalar, kichik korxonalar soni yanada ko'paydi. Hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlikda band bo'lganlar soni 2.1 - jadvalda ko'rsatilgan.

2.1-jadval.

**O'zbekistonda hududlar bo'yicha kichik biznesda band bo'lganlar soni  
(ming kishi)**

Hududlar	2003 y	2004 y	2004 y da 2003 yilga nisbatan o'sish suratlari, % da
O'zbekiston Res.	5436,7	6038,3	111,1
Korakalpogiston Res	287,0	319,0	111,1
Andijon	518,3	555,1	107,1
Buxoro	355,8	398,6	112,0
Jizzax	218,2	246,8	113,1
Qashqadaryo	428,1	488,3	113,8
Navoi	159,4	186,5	117,0
Namangan	362,5	400,1	110,4
Samarqand	593,0	677,5	114,3
Surxandaryo	330,2	358,9	108,7
Sirdaryo	176,5	198,7	112,6
Toshkent	538,3	600,2	111,5
Farg'ona	654,7	716,7	109,5
Xorazm	272,6	293,4	107,6
Toshkent shahri	541,1	598,5	110,6

Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari.

Avvalambor, iqtisodiyotning barqaror o'sishi ta'minlandi, makroiqtisodiy va moliyaviy barqarorlik mustahkamlandi, iqtisodiyot va uning ayrim sohasidagi mutanosiblik kuchaydi.

2004 yilda ularda hammasi bo'lib 6038.3 ming kishi band bo'lgan edi, jumladan, mikrofirmalarda 989.8 ming kishi, kichik korxonalarda 359,2 ming kishi mehnat qildi, yakka tadbirkorlar 4689.3 kishini tashkil qildi.

<sup>4</sup> Каримов И.А 2004 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2005 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Олий Мажлис Қонунчилиги палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Тошкент оқшоми.- 2005.- 31 январь

## 2.2 O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning ustivorliklari

Kichik biznesning respublikamizda rivojlanishi quyidagi **ustivorliklarga** ega: turli ijtimoiy guruhlar daromadlarining nomutanosibligini silliqlab turuvchilik roli; faol va tadbirkor shaxslar, yuqori darajali biznesmenlar shakllanishiga; iqtisodiyotning turli sektorlari o'rtasida o'zaro mustahkam aloqalar o'rnatishga; jamiyatda siyosiy vaziyatni kafolatlovchi o'rta sinf shakllantirilishiga; nisbatan kam mablag'lar hisobiga yangi ish joylari yaratilishiga; texnologik texnik va tashkiliy yangiliklar tez tadbiiq etilishi va bevosita ishlab chiqarilishiga; raqobat muhiti yuzaga keltirilishiga; monopol korxonalar kamayishiga xizmat qiladi

2.2- jadval .

O'zbekistonda iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot ishlab chiqarish kichik biznes subyektlarining ulushi (%)

Ko'rsatmalar	2003 y	2004 y
<b>Sanoat</b>		
Kichik tadbirkorlik sanoat maxsulolarini ishlab chiqarishdagi ulushi	10.9	10.7
kichik korxonalar	4.6	4.4
Mikrofirmalar	2.1	2.3
Yakka tartibdagi tadbirkorlik	4.2	4.0
<b>Kichik tadbirkorlikning iste'mol tovar ishlab chiqarishdagi ulushi</b>		
Kichik korxonalar	8.9	8.3
Mikrofirmalar	2.3	2.5
Yakka tartibdagi tadbirkorlik	12.1	13.0
Kichik tadbirkorligining oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishidagi ulushi;		
Kichik korxonalar	34.5	36.5
Mikrofirmalar	8.3	8.0
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	2.6	2.5
<b>Qishloq xujaligi</b>	23.5	26.0
Kichik tadbirkorlikdagi ulushi		
Kichik korxonalar	78.1	80.9
Mikrofirmalar	1.2	2.0
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	14.0	19.1
<b>Pullik xizmatlar</b>	60.0	59.8
Kichik tadbirkorlikning pullik xizmatlar ko'rsatilgan ulushi		
Kichik korxonalar	45.4	47.4
Mikrofirmalar	2.8	2.8
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	3.6	2.9

Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari.

O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiy o'sishining qo'shimcha manbalarini yaratishdan iborat bo'lib, ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini bartaraf etishda katta rol o'ynaydi, ya'ni aholini ish bilan ta'minlash,

milliy boyliklarini ko'paytirish va millat farovonligi uchun xizmat qiladi. Kichik biznes korxonalarini tashkil etilishi va rivojlanishi natijasida ko'pgina manopol korxonalar tugatilib mulkchilikning boshqa shaklidagi bozor talablariga javob bera oladigan, kam mablag' talab qiladigan va bozorda o'z ulushi uchun raqobatlashadigan korxonalar vujudga keladi. Bundan tashqari kichik biznes korxonalarini iqtisodiyotdagi qayta tuzilishlar bilan bog'liq bo'lgan muammolarni nisbatan tez va ortiqcha sarf xarajatsiz yechishga, ichki bozorni moliyaviy resurslar chegaralanganiga qaramasdan iste'mol mollari bilan to'ldirishga qodirligi bilan ajralib turadi. O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektor asosiy o'rinni egallab bormoqda. Mamlakatimizda kichik biznes xususiy tadbirkorlik yetakchi rol o'ynaydigan ko'p ukladli iqtisodiyot vujudga keldi. 2.2-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, hozirga vaqtda mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan 80.9% qishloq xo'jaligi mahsulotlari, chakana savdo va aholiga pullik xizmat ko'rsatishning deyarli hammasi nodavlat sektori hissasiga to'g'ri kelmoqda.

### 2.3. Kichik biznesning ijtimoiy-iqtisodiy vazifalari

Kichik biznes bajaradigan vazifalarning asosiylaridan biri shundan iboratki, kichik biznes jamiyatda siyosiy va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlovchi o'rta sinfni shakllantiradi. Har qanday jamiyatda o'rta mulkdor sinfi iqtisodiyot rivojlanishida o'ziga xos o'rin tutadi.

Kichik biznesning yana bir muhim vazifasi iste'mol talabining tabaqalanishi va individuallashuvi sharoitida keng turdagi tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni amalga oshirishdir.

Bugungi kunda keng rivojlangan kichik biznes zamonaviy iqtisodiyotni tasavvur etib bo'lmaydi. U bir tomondan qandaydir darajada yirik korxonalar bilan raqobatda bo'ladi va shu nuqtai nazardan iqtisodiyotni bozor konyunkturasi o'zgarishlariga, moda va istemolchilar didi tez-tez almashib turishiga, iqtisodiyotni tarkibiy jihatdan qayta qurishga yordam beradi. Ikkinchi tomondan, kichik korxonalarining katta qismi yirik biznes bilan hamkorlik qiladi, ularga xos bo'lgan texnik konservatizmni bartaraf etishga ko'maklashadi. Kichik biznesni rivojlantirish bozorni iste'mol tovarlari va hududiy monopolizmga barham berishga, raqobot muhiti vujudga kelishi va kengayishiga, ilmiy texnika natijalarini ishlab chiqarishga joriy etishga, eksport salohiyati yuksalishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Kichik biznesni yana bir xususiyati nisbatan kam xarajatlar evaziga yangi ish o'rinlari yaratish va shu orqali bandlik muammosini hal etishga hissa qo'shishi hisoblanadi. Shu bilan birga, kichik biznes turli ijtimoiy guruhlar daromadlari o'rtasidagi tafovutlarni qisqartirishga, moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarni sarmoyadorlik darajasi yuqori bo'lgan sohalarga yo'naltirishga, iqtisodiyot turli sektorlari o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirishga o'z hissasini qo'shadi.

Kichik biznesning ijtimoiy vazifalari ham muhim ahamiyatga ega. Kichik biznes kishilarning tadbirkorlik ishbilarmonlik, ijodkorlik salohiyatlarini namoyish etish uchun qulay shart-sharoit yaratadi. Unda yirik korxonalardan farqli o'laroq ishlab chiqarish natijalari va ishlovchilar manfaatlari o'rtasida bog'liqlik yaqqol ko'rinib turadi.

Kichik biznesning yana bir muhim ijtimoiy vazifasi shundan iboratki, u ijtimoiy jihatdan zaif aholi qatlamlari-ayollar nog'ironlar, nafaqaxo'rlar va boshqalarni ish bilan ta'minlaydi hamda ularning mehnatidan keng foydalanadi. Yosh mutaxassislar ishlab chiqarish tajribasi ortishiga sharoit yaratadi.



## **Qisqa xulosalar**

O'zbekistonda kichik biznesni rivojlanishi va shakllanishining tarixini uch bosqichga bo'lish mumkin: inqilobgacha, sho'ro davri va hozirgi davr.

Kichik biznesning respublikamizda rivojlanishi bir qancha ustuvorliklarga ega, jumladan, faol va tadbirkor shaxslar kamolga yetishiga, yuqori darajali biznesmenlar shakllanishiga; turli ijtimoiy guruhlar daromadlarining nomutanosibligini silliqlab turuvchilik roli; iqtisodiyotning turli sektorlari o'rtasida o'zaro mustahkam aloqalar o'rnatishga; jamiyatda siyosiy vaziyatni kafolatlovchi o'rta sinf shakllantirilishiga; nisbatan kam mablag'lar hisobiga yangi ish joylari yaratilishiga; texnologiy texnik va tashkiliy yangiliklar tez tadbiiq etilishi va bevosita ishlab chiqarilishiga; raqobat muhiti yuzaga keltirilishiga; monopoli korxonalar kamayishiga xizmat qiladi.

## **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. O'zbekistonda tadbirkorlikni tarixiy shakllanish bosqichlarining mohiyatini tushuntirib bering.

2. O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi nimadan iborat?

3. O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy mezonlarini nimadan iborat?

4. Kichik biznesni rivojlantirish ustuvorliklari haqida nima deya olasiz?

5. Kichik biznesni iqtisodiyotdagi ijtimoiy iqtisodiy vazifalari qanday?

6. Prezidentimiz I.A.Karimov 28 yanvar 2005 yilda bo'lib o'tgan Oliy Majlis Qonunchiligi palatasi va Senatining majlisidagi nutqida ta'kidlab o'tganlaridek "Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yetakchi ro'l o'ynaydigan ko'p ukladli iqtisodiyot jadal shakllanmoqda" degan so'zini raqamlar bilan tavsiflang.

7. Hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlikda band bo'lganlar soni oshishiga nimalar tasir qiladi?

8. Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot ishlab chiqarishda kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi (%) qanday?

9. Xususiy tadbirkorlik kichik biznes shaklining rivojlanishi uchun iqtisodiy va huquqiy assoslar yaratildimi?

10. Bu sohada 2005 yilda qabul qilingan Prezident Farmonlarida nimalar ko'rsatib o'tilgan?

## **Asosiy adabiyotlar**

1. Кичик бизнесни бошқариш: Ўқув қўлланма. М.С. Қосимова, Б.Ю.Ходиев, А.Н.Самадов, У.С.Мухитдинова. - Т.: Ўқитувчи, 2003.

2. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес. -Т.: Шарқ, 2002.

3. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>

### III BOB RIVOJLANGAN DAVLATLAR IQTISODIYOTIDA KICHIK BIZNESNING O'RNINI

#### 3.1. Xorijiy davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesning roli

Dunyo tajribasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, rivojlangan mamlakatlarda ham dastavval kichik biznesning iqtisodiyotda tutgan o'rniga alohida ahamiyat berilgan.

Qisqa muddatda Yevropa iqtisodiyoti asosiy ustunlaridan biriga aylangan Germaniyada o'tkazilgan qat'iy davlat siyosati natijasida mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes rivojlantirildi va urushdan keyingi yillar mobaynida biznes taraqqiyoti 10 %dan 65%gacha yetdi.

Yapon mo'jizasi, deb atalgan iqtisodiy shiddat ham davlatning rejalashtirilgan qat'iy siyosati tufayli oyoqqa turib, hozirgi paytda mamlakat yalpi ichki mahsuloti yetishtirishda umumiy foydaning yarmini tashkil eta boshladi.

Masalan, Yaponiya davlatining iqtisodiy sohalarida kichik biznes va o'rta korxonalari soni va ulushini ko'rib chiqishimiz mumkin. Qayta ishlash sanoati, ulgurji, chakana savdo va xizmat ko'rsatish sohasi korxonalarining 99 foizini kichik va o'rta biznes korxonalari tashkil etadi ( 3.1-jadval).

3.1-жадвал

#### Yaponiyada yirik korxonalarga nisbatan kichik va o'rta korxonalarining soni

Iqtisodiyot sohalari	Kichik va o'rta biznes korxonalari		Yirik korxonalar		Jami korxonalar	
	soni	foiz hisobida	Soni	foiz hisobida	soni	foiz hisobida
qayta ishlash sanoati	1562071	99,8	3774	0,2	1565845	100,0
Ulgurji savdo	293903	99,2	2259	0,8	296162	100,0
Chakana savdo	1798963	99,8	4426	0,2	1803389	100,0
Xizmat sohasi	1181827	99,7	3881	0,3	1185708	100,0

**Manba:** "Деловая среда Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса". Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003.

Natijada esa, dunyoda bu boradagi eng yuksak natijalar qo'lga kiritildi ya'ni, Yaponiyada har bir fuqaro boshiga 38000 AQSh dollari hisobida daromad kela boshladi, holbuki islohotlar boshlanishi oldida bu ko'rsatkich 600 dollar edi.

Jahon sanoatida bosh o'rinda turadigan (lider) kompaniya "Yamaha" transmilliy kompaniyasi butun dunyo bo'yicha bir necha o'n milliard AQSh dollariga teng mahsulot ishlab chiqaradi, holbuki mana shu "naxang" kompaniya ham o'z faoliyatini 40- yillar oxirida 7 nafar odam ishlaydigan velosiped ta'mirlashni amalga oshiruvchi kichik kooperativ (ustaxona) edi.

3.2- jadvalda dunyoning turli mamlakatlari iqtisodiyotida kichik biznesning o'rnini to'g'risida ma'lumotlar keltirilgan.

## 2001 yilda dunyoning bazi mamlakatlari iqtisodiyotida kichik biznesning o'rn

Mamlakatlar	Kichik korxonalar soni (ming birlikda)	1000 kishiga to'g'ri keladigan kichik korxonalar soni (birlikda)	Kichik korxonalarda bandlarning umumiy bandlikdagi ulushi (%)	Kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi (%)
AQ AQSH	19300	74,2	54	50-52
Yevropa Ittifoqi mamlakatlari	15777	45	72	63-67
Buyuk Britaniya	2930	46	49	50-53
Germaniya	2290	37	46	50-54
Italiya	3920	68	73	57-60
Fransiya	1980	35	54	55-62
Yaponiya	6450	49,6	78	52-55
Rossiya	836,2	5,6	9,6	10-11
Uzbekiston	201,9	8,1	53	24,4

**Manba:** "Деловая среда Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса". Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003.

Kichik biznesning iqtisodiyotdagi o'rniga baho berishda, eng avvalo iqtisodiy taraqqiyot uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan miqdoriy ko'rsatkichlar jumlasiga, kichik biznesning yalpi ichki mahsulot, jami ish bilan band bo'lganlar, kapital qo'yilmalar, eksport va boshqalardagi ulushini kiritish mumkin. 3.2-jadval ma'lumotlaridan shuni izoh etish joizki, xorij mamlakatlar kichik biznesni har tomonlama qo'llab quvvatlashning rivojlangan tizimi mavjud bo'lib, bu hol raqobatning kuchayishi sharoitida ijtimoiy-iqtisodiy muhitning barqaror taraqqiy etishini ta'minlaydi. Bu esa, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmining to'laqonli rivojlanganligidan dalolat beradi.

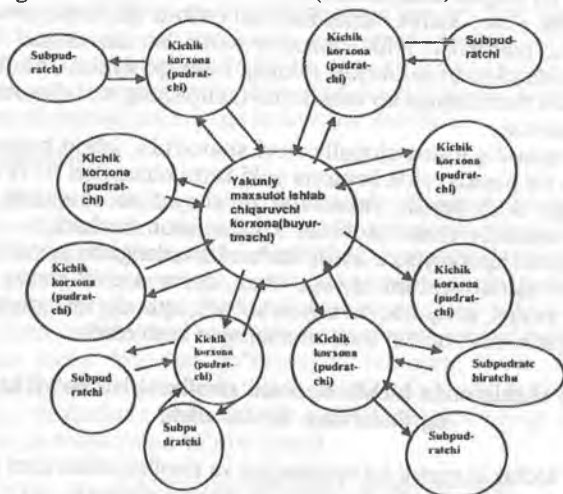
### 3.2 Yevropa davlatlarida kichik biznesning rivojlanish xususiyatlari

Ko'pgina xorijiy davlatlarda kichik biznes davlat siyosatiga molik kompleks tuzilma bo'lib, bunda tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish qonuniy asosga qo'yilgan, tadbirkorlar imtiyozli sur'atda kredit resurslari imkoniyatlaridan foydalanadilar. Imtiyozli soliq to'lash imkoniyatlariga ega ishlab chiqarish, moliya, maorif, bozor infratuzilmasidagi jami afzalliklar va yangiliklardan, o'zlariga manfaatli bo'lgan iqtisodiy o'sishga ko'maklashuvchi omillardan foydalanadilar.

Yevropa mamlakatlari orasida ishlab chiqarish yuksak taraqqiy etgan mamlakatlardan biri Italiya bo'lib, mamlakatda bu boradagi muvaffaqiyatning asosiy tayanchi kichik tadbirkorlik hisoblanadi.

Italiya kichik korxonalari bir tarmoq yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish atrofida jipslashuvi yoki ixtisoslashuvi bilan mashhurdir. Kichik korxonalarining mahsulot ishlab chiqarish hajmi va o'sish sur'atlariga ko'ra, Italiyani faqatgina Gretsiya

va Ispaniya bilan tenglashtirish mumkin. Italiyaning xalqaro savdo bozorlarida muvafqiyatli faoliyat olib borayotgan kichik korxonalari yuqori sifatli tovarlarni eksport qilishi bilan e'tibor qozongan. Italiya kichik korxonalari, odatda, yuqori sifati va dizayni bilan ajralib turadigan tovarlarni ishlab chiqaradi. Ta'kidlab o'tish joizki, Italiya kichik korxonalari oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa iste'mol tovarlarining eksportida salmoqli o'rinni egallaydi. Shuningdek ular yarimtayyor mahsulotlar va butlovchi qismlar, stanoklar, to'qimachilik va teriga ishlov berish, qishloq xo'jaligi, qadoqlash, yog'ochni qayta ishlash, keramika va metallga ishlov berish uskunalari hamda "mini" texnologiyalar eksport qilish bo'yicha ham yetakchilardan hisoblanadi. Shu o'rinda, Italiya kichik korxonalari bu darajada raqrbatbardoshlikka qanday qilib erishgan, bergan savol tug'ilishi tabiiy. Bu savolga javobni alohida olingan kichik korxonadan emas, balki ma'lum bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarish bo'yicha ixtisoslashgan mehat taqsimotiga ega hamda yagona maqsad yo'lida uyushgan korxonalar tizimi "klasterlar" yoki "sanoat tumanlari" negizidan topish mumkin. Tadbirkorlar, mutaxassislar va olimlar tomonidan klasterlarga qiziqish kattaligining asosiy sababi ham shunda. Italiyada kichik korxonalar sanoatning bir tarmog'i yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashuv xususiyatiga ega. Shu bilan birga ushbu tarmoqda tutash sohalarda faoliyat yurituvchi korxonalar ham ixtisoslashuvning kuchayishidan manfaatdor. Bunday ixtisoslashuvni "kichik korxonalarining klasterlari" deb atashadi (3.1-chizma).



3.1-chizma. Italiya klasterlariga kiradigan korxonalarining o'zaro aloqalari<sup>5</sup>

Ta'kidlab o'tish joizki, bunday ixtisoslashuvda korxonalar bir-birlariga uzviy bog'langan bo'ladi, lekin bu ularning o'zaro qaramligini bildirmaydi. Aksincha,

<sup>5</sup> Кичик тadbirkorлик фаолияти асослари. 1-қисм: Ўқув амалий қўлланма. Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар. — Тошкент.: ЕХ ТЕМПУС дастури "Матодор-2000" лойиҳаси, 2004.

ishlab chiqarish yo'nalishlari va sheriklarni tanlashda to'liq mustaqillik ta'minlanadi. Har bir korxonada bir- birisiz faoliyat ko'rsata olmaydigan ishlab chiqarish jarayonining bir bosqichi bilan shug'ullanadi.

Klasterlar uyushmalari o'z tarkiblariga mikro, kichik va o'rta korxonalarni birlashtirishi yoki o'z atrofiga subpudratchilarni uyushtirgan yirik korxonalar ham tashkil topishi mumkin. Ayrim klasterlar faqat birgina ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashadi, boshqalari esa bir-biriga tutash faoliyat turlari yoki pirovard natijada bitta yirik tarmoqqa xizmat ko'rsatadigan turli ishlab chiqarish va xizmat sohalarni o'z ichiga oladi. Klasterlarga jamlangan kichik korxonalarning raqobat kurashidagi afzalliklari uchta jihati bilan muhimdir:<sup>6</sup> ixtisoslashuv; kooperatsiya; egiluvchanlik. Ixtisoslashuv mahsulot sifatini nazorat qilish bilan bog'liq muammolarni ham samarali yechishga imkon yaratadi. Agar firma bir xil faoliyat turi bilan shug'ullansa, u o'sha yo'nalishda sidqidildan ish yuritishiga va doimiy izlanishda bo'lishiga to'g'ri keladi.

**Italiya tajribasi** yuksak taraqqiy etgan iqtisodiyotni barpo etish uchun ishlab chiqarishni yirik korxonalar asosida qurishga hojat yuqligini yaqqol namoyon qilmoqda. Mazkur va boshqa ko'pgina mamlakatlar tajribalaridan shuni ko'rish mumkinki, **birinchidan**, rivojlanayotgan mamlakatlarda muhim iqtisodiy omillardan biri, bu kichik biznes rivoji bo'lib, bu boradagi har qanday umummanfaatini ko'zlagan samarali faoliyatlar davlat ahamiyatiga ega bo'ladi va qo'llab quvvatlanadi. Zero, kichik biznes faoliyati o'sib-o'sib, katta, yanada samarali biznesga aylanishi, mamlakat ichki bozorini tovar hamda xizmat turlari bilan to'ldirishi, shu tariqa eksport salohiyati rivojiga hissa qo'shilishi, aholini ish bilan bandligi muammosi yechilishiga ko'maklashuvi, aholining real daromadi o'sishiga sabab bo'lishi mumkin.

**Ikkinchidan**, iqtisodiyotning globallasuvi sharoitida, jahon bozorida raqobat taranglashayotgan bir paytda, yirik korxonalar yoki katta biznesdan ko'ra aynan kichik biznesda raqobatga dosh berish, manevrlar qilish, ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartirish kabi iqtisodiy chora tadbirlar ko'rish oson kechadi.

Agar hozirgi zamon iqtisodiyotida asosiy iste'mol tovarlariga bo'lgan ehtiyoj o'rta har to'qqiz oyda o'zgarib turishini hisobga olsak, aynan kichik biznes faoliyatining afzalliklari yanada yaqqol, yorqinroq namoyon bo'ladi, iqtisodiy taraqqiyot mustahkam va ravon yo'lga tushib olish uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

### **3.3. O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirish bo'yicha jahon tajribalaridan foydalanish.**

Respublikada kichik biznesni takomillanishi va rivojlanishida chet el tajribalarini har tomondan o'rganish, yaxshi kuzatish va xulosa chiqarib, to'g'ri qarorga kelish va xususiy tadbirkorlar tomonidan o'z shaxsiy ishini tashkil etish jarayoniga muvofiqlashtirish lozim.

Kichik biznesning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi quyidagi tarkibiy qismlarni o'z ichiga olishi kerak: budget orqali bevosita yordam puli (masalan,

<sup>6</sup> Кичик тadbirkорлик фаолияти асослари. 1-қисм: Ўқув амалий қўлланма. Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар. — Т.: ЕХ ТЕМПУС дастури "Матодор-2000" лойиҳаси, 2004.

AQShda yordam puli yiliga 300 ming dollarga yaqin miqdorni tashkil qiladi). Pul hajmi kichik biznes sug'urta qilinmagan zararlarini qoplash uchun belgilangan bo'lishi kerak. Yordam puli innovatsiyaning xavfli loyihalarini qoplaydi va katta biznes talab qilmaydigan mahsulot turlarini ishlab chiqarishni kuchaytiradi. Davlat bank kreditlarini olishda kafil sifatida chiqadi. Shuning uchun mayda biznesga kredit olish ancha yengilroq; kichik biznes soliq imtiyozlariga ega bo'lishi kerak (Masalan, AQShda soliqlar umumlashtirilganda foydaning 44 foizini tashkil etadi: 36 foizi milliy, 8 foizi - shtat solig'i). Agarda firma ijtimoiy tarmoqqa yoki ishlab chiqarishning rivojlanishiga ajratilgan mablag'ni ko'paytirs, soliq solinadigan ulush qisqartirilishi mumkin.

Masalan, Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar yuqori chegirish bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi haqida, shuningdek bozorga qanday chiqish mumkin, ishbilarmon sheriklarini qanday topishi haqidagi maslahatlarni tekinga olishi mumkin. Bundan tashqari u o'zini qoniqtiradigan narxga ijaraga imorat qurish va xususiy biznesni boshlash uchun kerakli asbob uskuna olib, amaliy ishda sinab ko'rishi mumkin.

Germaniyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturi amalga oshiriladi. Unga muvofiq, tadbirkorlarga faoliyatning dastlabki ikki yilida foizsiz kredit beriladi. Keyingi yillarda esa juda past stavkalarda yillik foizlar undiriladi. Shu tariqa tadbirkorlar bepul boshlang'ich sarmoya bilan ta'minlanadi.

Kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishida olingan tajribani umumlashtirish va ma'lum xulosa qilish va takliflar kiritish uchun ma'lum bir vaqt kerak. Biroq hozirdan kichik biznesning rivojlanish muammolari aniq. Bu muammolarni hal qilish maqsadida 2005 yilning o'zida bir qancha me'yoriy hujjatlar qabul qilindi. Bu qarorlardagi ko'rsatmalarning bajarilishi kichik biznes korxonalarini faoliyatini yanada samarali amalga oshirishga imkoniyat yaratadi.

### **Qisqa xulosalar**

Jahon amaliyoti rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlarida kichik biznes ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etishda, yangi ish o'rinlarini barpo qilishda, bozor o'zgarishlariga nisbatan tez moslashishda va mulkdorlar sinfini shakllantirishda alohida ahamiyatga va yuqori samaradorlikka ega ekanligini tasdiqlamoqda. Italiya tajribasi yuksak taraqqiy etgan iqtisodiyotni barpo etish uchun ishlab chiqarishni yirik korxonalar asosida qurishga hojat yo'qligini yaqqol namoyon qilmoqda. Germaniyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturiga muvofiq, tadbirkorlarga faoliyatning dastlabki ikki yilida foizsiz kredit beriladi. Keyingi yillarda esa juda past stavkalarda yillik foizlar undiriladi. Shu tariqa tadbirkorlar bepul boshlang'ich sarmoya bilan ta'minlanadi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Rivojlangan Yevropa davlatlarida kichik biznesni rivojlanishiga qanday ahamiyat beriladi?

2. Yaponiya va AQSh da kichik biznes korxonalarining o'rni qanday?

3. Rivojlangan davlatlarda kichik biznes korxonalarini qo'llab-quvvatlash siyosati qanday olib boriladi ?

4. Kichik biznes korxonalarini rivojlantirishda xorijiy davlatlar tajribalaridan

qanday foydalanish mumkin.

5. O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektorni rivojlantirida qaysi davlat tajribasidan ko'proq foydalanish mumkin?

6. Italiya klasterlarining mohiyati nimada?

7. Osiyo davlatlarda kichik biznes korxonalarini qo'llab-quvvatlash siyosati qanday olib boriladi?

8. Xitoyning kichik biznes va xususiy sektorni rivojlantiri tajribasidan O'zbekiston iqtisodiyotida foydalanish mumkinmi?

9. Germaniyada tadbirkorlarga foizsiz kredit berish tajribasini O'zbekistonda kichik biznesni qo'llab-quvvatlash maqsadida qo'llash mumkinmi?

10. Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi qanday rag'batlantiriladi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Маматов Б. Кичик бизнесни молиялашнинг чет эл тажрибаси / "Бозор, пул ва кредит". - 2005. - №4.

2. Болошович М.И. Малый бизнес: .Отечественный и зарубежный опыт. - М.: 1995.

3. Кичик тadbirkorlik faoliyati asoslari I-қисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар, — Т.: ТЕМПУС дастури "Матодор2000" лойиҳаси, 2004.

4. <http://www.bisnis&eurasia.org>

## IV BOB

### KICHIK BIZNESNING TASHKILIIY VA HUQUQIY SHAKLLARI

#### 4.1. Xususiy tadbirkorlik

Kichik biznesda tadbirkorlikni tashkil qilishning eng oddiy shakli bu xususiy tadbirkorlik bo'lib, bunda jismoniy shaxs tomonidan tadbirkorlik faoliyatini yuritilishi tushiniladi.

**Xususiy tadbirkorlik** - xo'jalik yuritishning shunday huquqiy shakli, unda mulk egasi bitta shaxs yoki oila bo'ladi va faoliyatdan kelgan daromadni (turli to'lov va soliqdar to'langanidan keyin) hammasiga egalik qiladi, qolaversa biznesdagi xavf-xatar va tavakkalchilik uchun yakka o'zi javob beradi. Tadbirkorlikning ushbu shakli chakana savdoda, umumiy ovqatlanish va maslahat sohasidagi biznesda, maishiy xizmatda, fermerchilikda, tibbiyotchilik amaliyotida va hunarmandchilikda ko'proq uchraydi.

**Xususiy tadbirkorlik:**

yuridik shaxs tashkil qilmasdan;

mustaqil ravishda, ishchilarni yollash huquqsiz;

tadbirkorga tegishli mulk asosida yuritiladi.

Xususiy tadbirkorlikning hozirgi kundagi ommaviy shaklidan biri-xalq iste'mol tvarlarini importi va savdosi bilan shug'ullanuvchi jismoniy shaxslar ("chelnoklar") yuridik shaxs tashkil qilmay eksport-import operatsiyalarini, ulgurja va chakana savdoni amalga oshiruvchilar sifatida ro'yxatdan o'tadilar.

Xususiy tadbirkorlikni quyidagi turlari mavjud:

shaxsiy tadbirkorlik(bitta fuqaro);

qo'shma tadbirkorlik.

O'z navbatida qo'shma tadbirkorlik oilaviy tadbirkorlik, yuridik shaxs tashkil qilmagan dehqon xo'jaligi, oddiy shirkatlar (qo'shma xo'jalik yuritish haqidagi shartnomaga asoslangan) shaklida amal qilishi mumkin.

Xususiy tadbirkorlikning **afzalliklari:** birinchidan, xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanish uchun ruxsat olish xo'jalik shirkatlariga nisbatan soddalashtirilgan, ya'ni xususiy tadbirkor davlt ro'yxatidan o'tganidan keyin, yuridik shaxs tashkil etmasdan faoliyat yuritishi mumkin. Bunda xususiy tadbirkor bankda hisob raqami ochishi va o'z hamkorlari bilan naqd pulsiz hisob-kitobni amalga oshirishi mumkin. Ikkinchidan, soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimi qo'llaniladi. Bundan tashqari, to'la mustaqilliq harakatdagi erkinlik va tezkorlik, barcha foyda faqat mulkning yolgiz egasiga kelib tushadi va u ko'proq ishlashga rag'batlantiradi.

Xususiy tadbirkorlikning **kamchiliklari:** kreditlash imkoniyatlaring cheklanganligi(mikro va kichik korxonalar katta hajmdagi kreditlar olishi mumkin); zaif moliyaviy poydevorga egaligi, barcha xo'jalik faoliyati uchun o'zining bor mulki bilan javobgarligi; faoliyatni kengaytirish imkoniyatlarini cheklanganligi.

Yuqorida keltirgan kamchiliklarni bartaraf etish niyatida ishbilarmonlar mol-mulki, kasb yoki kapitallarini qo'shib birlashadilar.



## 4.2 . Shirkat korxonalar

**Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari** — bu ikki yoki undan ortiq yuridik shaxslar, yuridik va jismoniy shaxs, shuningdek jismoniy shaxslar o'rtasida o'zaro ko'ngilli bitim asosida mulkni umumiy manfaatni ko'zlovchi tadbirkorlik harakatini uyushtirish maqsadlarda tashkil qilinadigan korxonadir. Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari yuridik shaxs bo'lib, o'z nomidan faoliyat ko'rsatadi, o'z rahbariyati va ofisiga ega bo'ladi. U shartnoma asosida tashkil qilinadi, uning qatnashchilari avvalo o'zining va boshqa a'zolarining manfaatini ko'zlab harakat qiladilar.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari asosiy ta'sis hujjati bo'lib ta'sis shartnomasi va ustav hisoblanadi hamda aksionerlik tashkilot ustav asosida ma'suliyati cheklangan jamiyat ta'sis shartnomasi va ustav asosida to'liq va komandit shirkatlar ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi va faoliyat yuritadi.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari mulkida barcha qatnashchilarning hissasi ularning ustav kapitaliga qo'shgan hissasiga mutanosibdir.

Xo'jalik shirkatlari - bu shaxslarning shunday birlashmasiki, unda ta'sischilar faqat mulkiy badallar bilangina emas, balki shaxsiy faoliyati bilan ham qatnashadilar. Xo'jalik shirkatlarining asosan to'liq va komandit (aralash) shakli mavjud.

**To'la shirkat** - bu barcha qatnashchilar birgalikda faoliyat yuritadigan va shirkatning barcha majburiyatlar bo'yicha unga tegishli bo'lgan mulk asosida birgalikda javogar bo'lgan shirkatdir.

**Kommandit(aralash)** xo'jalik shirkati shirkatchiligi deb shunday shirkatga aytiladiki, unda shirkatning majburiyatlari bo'yicha o'zining barcha mulki bilan mas'uliyatli bitta va undan ko'p qatnashchilar (kommanditistlar) ham bo'lib, ularing mas'uliyati faqat o'zlari qo'shgan hissa bilan belgilanadi.

Xo'jalik shirkatchiligining tadbirkorlikning boshqa tashkiliy huquqiy shakllar oididagi **afzalliklari** quyidagilar: o'zining pul mablag'lari bilan quvvatliroq bo'ladi; qarorning qabul qilinishida zaruriy mustaqillik erkinlik va tezkorlikni ta'minlaydi; begona investorlarning kapitalini jalb qilish imkoniyati mahsulot, ish va ko'rsatiladigan xizmatning raqobatdoshligini oshirish uchun sharoit yaratadi; boshqaruv tizimi amaldagi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi, shirkatchilik a'zolarining ishiga yuqori darajadagi qiziqishi. Shirkatchilik uchun foydali bo'lgan barcha narsa uning har bir a'zosi uchun ham foydalidir.

Xo'jalik shirkatchiligining **kamchiliklari**: barqaror emaslik; a'zolarining cheklanmagan javobgarligi, shu bilan birga bir a'zoning xatosi boshqa a'zolarining ham xatosiga olib keladi.

## 4.3. Ma'suliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar

**Ma'suliyati cheklangan jamiyat (MChJ)** deb bir yoki bir nechta shaxslar tomonidan ta'sis etilgan xo'jalik jamiyati qabul qilinib, uning ustav fondi ta'sis hujjatlari asosida belgilangan miqdordagi qismlarga bo'lingan boladi. MChJ qatnashchilari uning majburiyatlari bo'yicha javobgar bo'lmaydilar va shirkat faoliyati bilan bog'liq zarar yuzasidan faqat jamiyatning ustav kapitaliga o'zlari qo'shgan qiymati doirasida tavakkal qiladilar.

**Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat(QMJ)** deb, ustav fondi va ta'sis hujjatlari asosida

belgilangan miqdordagi qismlarga bo'lingan jamiyatga aytiladi. Unda qatnashchilar o'zining majburiyatlari bo'yicha o'zlarining ustav kapitaliga qo'shgan hissalarini bo'yicha javobgar bo'ladilar, lekin (shu bilan MChJ dan farqlanadilar) ushbu summa yetarlicha bolmagan holda-qo'shimcha ravishda o'zlariga tegishli bo'lgan mulk bo'yicha o'zlariga qo'shgan hissa qiymatiga barchaga teng miqdorda ko'paytirilgan holda javobgardirlar.

Ma'suliyati cheklangan jamiyat **afzalliklari**:

-har bir qatnashchining javobgarligi uning ustav fondidagi hissasi bilan cheklangan;

-ustav fondining minimal miqdori minimal ish haqining ellik barobar miqdoriga teng summani tashkil qiladi.

#### 4.4. Kichik korxonalar

Kichik tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, mamlakat iqtisodida xususiy sektor ulushini oshirish, ishlab chiqarish sohasida aholini bandligini to'laroq ta'minlash uchun yanada qulay sharoit yaratish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 apreldagi "Xususiy tadbirkorlik kichik biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora tadbirlari to'g'risida"gi Farmoniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida" 2003 yil 30 avgustda 3305-son Farmoni qabul qilindi. Mazkur Farmonga asosan 2004 yilning 1 yanvaridan boshlab, o'rta korxonalar ham kichik korxonalar jumlasiga kiritilib, imtiyozga ega bo'lgan holda soddalashtirilgan soliq to'lash huquqiga ega bo'ldi. 2004 y 1 yanvardan boshlab kichik korxonalar ularida ishlovchilar soniga qarab ajratilardi.

**Mikrofirmalar** turkumiga, odatda, quyidagi yangi bunyod etilayotgan va amaldagi korxonalar kiradilar:

**ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni- 20 kishidan;**

**xizmat ko'rsatish sohasi va ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan boshqa tarmoqlarda 10 kishidan;**

**ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqatlanish sohasida 5 kishidan oshmagan korxonalar.**

Shuningdek, individual mehnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi va shirkat (o'rtoqlik)ga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni ham kichik biznes subyektlari qatoriga kiritdi.

Yuqorida keltirilgan Farmonga asosan **kichik korxonalar** jumlasiga qo'ydagilar kiradi:

- **yengil va oziq-ovqat sanoati, metalga ishlov berish va asbobsozlik yog'ochni qayta ishlash, mebel sanoati va qurilish materiallari sanoati** ishlab chiqarish tarmoqlaridagi band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni **100 kishigacha** bo'lgan korxonalar (2004 yil 1 yanvarga qadar 40 kishidan oshmagan);

- **mashinasozlik metallurgiya, yoqilg'i energetika va kimyo sanoati korxonalarida 50 kishigacha (ilgari 40 kishi);**

- **qishloq ho'jaligi mahsulotlarini yetishtirish va qayta ishlash, qurilish hamda boshqa sanoat-ishlab chiqarish sohalari** korxonalarida ishlayotgan xodimlari soni **50 kishigacha** (2004 yilgacha 20 kishidan oshmagan);

- **ilm-fanda xizmat ko'rsatayotgan , transport, aloqa , xizmat ko'rsatish sohasi (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa**

**ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan sohalaridagi band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni 25 kishigacha** (ilgari 10 kishi) bo'lgan korxonalar kiradi.

Kichik biznesda jamoa korxonalari bunyod etish keng tarqalmoqda. **Jamoa korxonasi**-bu shunday xo'jalik shakli, unda olinadigan foyda uning mehnat jamoasiga tegishli bo'ladi. U quyidagicha tashkil bo'lishi mumkin: mehnat jamoasi tomonidan davlat mulkini sotib olish yo'li bilan; uncha katta bo'lmagan davlat korxonalarini jamoa korxonalariga aylantirish yo'li bilan; jismoniy va yuridik shaxslar mulkini ixtiyoriy tarzda birlashtirish yo'li bilan; davlat korxonalari mulkini(qaytarib bermaslik sharti bilan) mehnat jamoalariga berish yo'li bilan.

#### 4.5. Hissadorlik jamiyatlari

**Hissadorlik (aksionerlik) jamiyati** — bu jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan bunyod etiladi. U ochiq yoki yopiq bo'lishi mumkin. Hissadorlik jamiyatlari: agar uning aksiyalari ochiq yoki obuna bo'lish yo'li bilan sotilsa, qimmatbaho qog'ozlar bozorida qonundan tashqari hech kim tomonidan cheklanmay erkin savdo-sotiq qilinsa - **ochiq, hissadorlik jamiyat** deb ataladi.

Agar uning aksiyalarining qimmatbaho qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat nizomiga binoan ma'n etilgan yoki cheklangan bo'lsa va u, faqat, nomlangan (egasi yozilgan) aksiyalar chiqarsa - **yopiq hissadorlik jamiyati** deb ataladi.

Aksionerlik jamiyati shunday **afzallikka** egaki, aksionerlar yuzaga kelishi mumkin bo'lgan zararni qoplash uchun faqat o'z aksiyalari doirasidagina javobgardirlar. Lekin shuni ta'kidlash lozimki, aksionerlik jamiyati minimal ustav fondi masuliyati cheklangan jamiyat ustav fondidan ancha ko'p bo'lishi kerak. (Ochiq aksioner jamiyati uchun-50000 AQSh dollari, yopiq aksioner jamiyati uchun- 200 minimal ish haqi) va bu aksionerlik jamiyati tashkil qilish uchun mustahkam baza kerakligini bildiradi.

#### 4.6. Ishlab chiqarish kooperativlari

**Ishlab chiqarish kooperativi**- mustaqil xo'jalik subyekti bo'lib, yuridik shaxs huquqiga ega va o'ziga jamoa mulki sifatida tegishli bo'lgan mulkka egalik qiladi. Kooperativ fuqorlarning xohishi yoki yuridik shaxslarning tashabbusi bilan tashkil topadi. Kooperativ a'zolarining soni uch kishidan kam bo'lmaydi. Matlubot kooperativida (jamiyatida) esa yetti kishidan kam bo'lmaydi.

Ishlab chiqari va ishlab chiqarish-matlubot kooperativining faoliyati uning a'zolarining shaxsiy mehnati, shuningdek mehnat shartnomasi(kontrakt, bitm) bilan ishlovchi shaxslarning qatnashuviga asoslanadi. Kooperativ mulk —a'zolarining pul va moddiy badallari. Ular ishlab chiqargan mahsulot. Shuningdek xo'jalik faoliyati natijasida olgan daromadlari asosida tashkil topadi. Kooperativ mulkning tashkil topish shartnoma asosida bo'lib, tashkilot va korxonalar(mulk shaklidan qat'iy nazar), shuningdek kooperativ a'zosi bo'lmagan, lekin unda mehnat shartnomasiga ko'ra ishlayotgan fuqorolar qatnashishi mumkin. Kooperativ o'z majburiyatlari yuzasidan o'zining mulki bilan javobgardir.

#### 4.7. Xolding, offshor kompaniyalar

**Xolding** — bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil hissadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida bunyod etilgan jamiyatdir. Xoldingga birlashgan korxonalar, odatda, shu'ba korxonalar deb ataladi. Shu'ba korxonalar ko'pincha korxonaning rivojlanib borishi davomida bosh korxonalar tomonidan tashkil qilinadi va to'la mustaqillikka ega bo'lgan yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsatadi. Ammo, bosh (ona) korxonalar (kompaniya) shu'ba korxonalar aksiyalarining asosiy qismi (nazorat paketi) egasi sifatida uning faoliyatiga ta'sir o'tkazishi mumkin.

Xolding kompaniyalari mustaqil faoliyat ko'rsatuvchi alohida korxonalar aksiyalari nazorat paketlarini bitta shaxs tomonidan sotib olinishi orqali ham tashkil qilinishi mumkin. Xoldinglar davlatga qarashli yoki xususiy bo'lishi mumkin. Davlat xoldingida aksiyalar nazorat paketi davlatga tegishli bo'ladi. Xolding kompaniyalari ikki xil bo'lishi mumkin: **moliyaviy xolding** - asosan nazorat boshqaruv vazifasini bajaradi; **aralash xolding** - turli xil xo'jalik faoliyati va savdo-sotiq bilan shug'ullanadi.

**Offshor kompaniyasi** — bu imtiyozli soliq to'lash (yoki butkul to'lamaslik) hududida bunyod etilgan korxonalar bo'lib, u ro'yxatga olingan joyda barqaror turmaydigan shaxslarga tegishlidir. Ko'pgina davlatlarda xorijiy investitsiyalarni ko'proq jalb etish maqsadida kiritilgan omonatlar haqidagi axborotning qonunchilik yoki an'anaviy kafolatlar yo'li bilan konfidensialligini (oshkor etilmasligini) ta'min etuvchi va qator imtiyozlar berish tizimi bunyod etilgan bo'lib, bu tizim xorijiy tadbirkorlarga ularning tadbirkorlik faoliyatini mazkur davlat hududida olib borish sharti bilan joriy qilinadi.

Odatda, offshor korxonasi mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki kompaniya shaklida bunyod etiladi. Ammo, offshor faoliyati uchun boshqa tashkiliy-huquqiy shakllar ham yo'q emas.

#### 4.8. Konsalting birlashmalari

**Konsalting** - bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir. Kichik biznesda konsalting birlashmalari taraqqiy topgan maslahat xizmati bozorini bunyod etish yo'li bilan tadbirkorlik faoliyatining taraqqiyotiga yordam ko'rsatadi. Chunki, bu kabi xizmatlarni alohida firmalar talab darajasida amalga oshira olmaydilar. Bunday birlashmalarning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- yagona axborot-so'rovnomalar fondini yaratish va yagona reklama strategiyasini (yo'nalishni) amalga oshirish;

- maslahatchilik tashkilotlarini taraqqiy topishiga va xorijiy investitsiyalarni jalb etishga ko'maklashish; tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash. Maslahat xizmati turlari quyidagilardan iborat: barcha mulk shakllaridagi korxonalarni ro'yxatga olish uchun ta'sis hujjatlarni tayyorlash;

- marketing izlanishlar o'tkazish; xususiy lashtirish, aksionerlashtirish dasturlarini ishlab chiqish; tashqi iqtisodiy faoliyat; reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarqatish; huquq, moliya,

tashkiliy, boshqarish masalalari bo'yicha maslahatlar berish; aqliy(intellektual) mulkni himoya qilish masalasi bo'yicha maslahatlar berish;

- xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish; investitsiyalarni jalb qilish, imtiyozli kredit olish, zaruriy resurslarni va kapitallarni sotib olish bo'yicha va boshqa maslahatlar berish.

### **Qisqa xulosalar**

O'z biznesiga ega bo'lishni istagan tadbirkor nima bilan shug'ullanishi, qaysi tashkiliy-huquqiy ko'rinishda o'z maqsadini hayotga tatbiq etish haqida tasavvur qilishi kerak. O'z maqsadini amalga oshirishda yuridik shaxs maqomini olish yoki cheklangan huququqiy erkinliklarga ega firmani tashkil etish to'g'risida qaror qabul qilish muhim rol o'ynaydi. Kichik biznes mikrofirmalar, kichik korxonalar, xususiy tadbirkorlik, hissdorlik (aksionerlik) jamiyati, xolding, offshor, konsalting birlashma va boshqa tashkiliy-huquqiy ko'rinishlarda faoliyat ko'rsatadi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Xususiy tadbirkorlik - xo'jalik yuritishning shakli sifatida nima deya olasiz?
2. Mikrofirmatarkibiga qanday korxonalar kiradi?
3. Kichik korxonalar tarkibiga qanday korxonalar kiradi?
4. Komandit, to'la shirkatlarning xususiyatlari nimadan iborat?
5. Ochiq va yopiq turdagi hissdorlik jamiyatlari qanday tashkil qilinadi?
6. Xususiy tadbirkorlikning turlari, xususiyatlari nimalardan iborat?
7. Offshor kompaniyalarining iqtisodiyotdagi o'rni haqida nima deya olasiz?
8. Ma'suliyati cheklangan jamiyat (MChJ) qanday tashkil qilinadi?
9. Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat(QMJ) qanday tashkil qilinadi?
10. Konsalting korxonalarining bozor iqtisodiyoti sharoitidagi ahamiyatini tushuntiring.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Фуломов С.С. Тadbirkorlik va kichik бизнес -Т.: Шарқ, 2002.
2. Кичик бизнесни бошқариш: Ўқув қўлланма /М.С.Қосимова ва бошқ., - Тошкент.: Ўқитувчи, 2003.
3. Ўз ишингизни яратинг ёки тadbirkor нималарни билиши лозим. -Т.: ЮНИДО. "Бизнес маслахат маркази" лойиҳаси. 2003.

**V BOB**  
**KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINI DAVLAT RO'YXATIDAN**  
**O'TKAZISH**

**5.1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi**

Kichik biznes korxonalari davlat ro'yxatidan o'tish - yuridik shaxs yoki yakka tadbirkor maqomini olishning oxirgi bosqichidir. Ungacha biznesni qaysi tashkiliy ko'rinishda barpo etish haqida qaror qabul qilish; talab qilinadigan hujjatlarni to'plash; biznesning tashkiliy-huquqiy ko'rinishini tanlash lozim.

O'zbekiston respublikasi vazirlar mahkamasining 20 avgust 2003 yilda qabul qilingan 357-sonli qarorida "Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida Nizom" qabul qilindi.

Mazkur Nizom - tadbirkorlik subyektlarini ayni paytda davlat soliq va statistika organlarida hisobga qo'ygan holda O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida, viloyat adliya boshqarmalarida, tumanlar (shaharlar) hokimliklari huzuridagi Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalarida davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va muddatlarini;

- obyektlarni qurish va rekonstruktsiya qilish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi va muddatlarini belgilaydi.

Yuridik shaxs bo'lmasdan yakka tartibdagi tadbirkorlar sifatida tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib kelish niyatidagi jismoniy shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va muddatlari Vazirlar Mahkamasi tomonidan tasdiqlanadigan alohida Nizom bilan tartibga solinadi. O'zR VM 02.09.2004 y. 413-son Qarori)

Davlat soliq va statistika o'rganlarida hisobga qo'yish bilan bir vaqtda davlat ro'yxatidan o'tkazish:

- auditorlik va sug'urta tashkilotlari, birjalar, shuningdek xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalar va Toshkent shahrida tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar - O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan;

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar va tegishli ravishda Qoraqalpog'iston Respublikasi va viloyatlarda tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar - Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi, viloyatlar adliya boshqarmalari tomonidan;

- barcha tadbirkorlik subyektlari, shu jumladan xorijiy sarmoya ishtirokidagi korxonalar, yuqorida ko'rsatilganlardan tashqari - tumanlar va shaharlar hokimliklari huzuridagi Tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiyalari tomonidan amalga oshiriladi.

Korxonalar va tashkilotlarning Yagona davlat registri joylardagi statistika organlari tomonidan to'ldiriladigan ro'yxatdan o'tkazish kartalari asosida O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi tomonidan yuritiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun zarur hujjatlarni tayyorlash muassislarning ixtiyoriga ko'ra:

- mutahassislarning o'zlari tomonidan;

- shartnoma asosida - Tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasi

huzuridagi axborot-maslahat markazlari yoxud boshqa konsalting firmalari, boshqa shaxslar tomonidan amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik subyekti davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun davlat boji yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'lanadi.

O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik uchun:

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun - eng kam oylik ish haqining besh baravari, shuningdek 500 AQSh dollari;

- ustav fondi to'liq xorijiy investorlar tomonidan shakllantiriladigan xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun - 2000 AQSh dollari;

- sug'urta va auditorlik tashkilotlari, birjalar va bozorlar uchun -eng kam oylik ish haqining to'rt baravari miqdorida davlat boji to'lanadi.

Tadbirkorlik subyektlari davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun Inspeksiyalarda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi undiriladi. Ro'yxatdan o'tkazish yig'implarining cheklangan stavkalari har yili O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan belgilanadi.

Obyektlarni qurish, qayta ixtisoslashtirish va rekonstruksiya qilish, turar joy binolarini noturar joy toifasiga o'tkazish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni vakolatli organlarda va foydalanish tashkilotlarida rasmiylashtirish tadbirkorlik subyekti yoki uning muassasasining arizasiga ko'ra Inspeksiya tomonidan ta'minlanadi.

Ariza beruvchi (tadbirkorlik subyekti yoki uning muassasasi) Inspeksiyaga:

- tadbirkorlik subyektini, ayni paytda ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda, davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun;

- tadbirkorlik subyektini ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirmasdan davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun murojaat qilishi mumkin.

Ilgari ro'yxatdan o'tkazilgan tadbirkorlik subyektlari ham Inspeksiyaga ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish uchun murojaat qilishlari mumkin. Bunda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi (davlat boji) undirilmaydi.

Tadbirkorlik subyektini ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda davlat ro'yxatidan o'tkazishning ariza berilgan sanadan boshlab ruxsat beruvchi hujjatlar rasmiylashtirilgungacha umumiy muddati texnik shartlarni va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni berish bilan bog'liq ishlarning murakkabligi va sermehnatligi darajasiga qarab 7 ish kunidan bir oygacha doirada belgilanadi.

Inspeksiya tomonidan ruxsat beruvchi hujjatlar rasmiylashtirilganda tegishli ruxsat beruvchi hujjatlar berilganligi uchun vakolatli organlar xizmatlariga haq to'lash faqat Inspeksiya orqali amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik subyekti bo'lmagan va obyektlardan tadbirkorlik maqsadlarida foydalanish niyatida bo'lmagan shaxslar ham ruxsat beruvchi tartib-qoidalardan vakolatli organlarda va foydalanish tashkilotlarida o'tadilar, shu jumladan muhandislik kommunikatsiyalariga ulanish (gaz, energiya, suv ta'minoti, kanalizatsiya, isiqlik ta'minoti, telefon aloqasi) uchun texnik shartlar olish, obyektlarni qurish va rekonstruksiya qilish, mazkur Nizomga muvofiq turar joy binolarini noturar joy toifasiga o'tkazishni rasmiylashtirish, Inspeksiyaga murojaat qilish bilan bog'liq normalar bundan mustasno.

## 5.2. Kichik biznes subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi

Kichik biznes subyektlarini yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi organga (shaxsan kelib yoki pochta orqali) ariza taqdim etiladi. Davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizaga:

- ta'sis hujjatlarining notarial tasdiqlangan ikki asl nusxasi (davlat korxonalarini negizida tashkil etilgan aksiyadorlik jamiyatlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun notarial tasdiqlangan ta'sis hujjatlari talab etilmaydi);

- tadbirkorlik subyektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat (fermer va dehqon xo'jaliklari, shuningdek davlat korxonalarini negizida tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);

- davlat bojining yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imining belgilangan miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati (dehqon xo'jaliklari, shuningdek davlat korxonalarini negizida tashkil etiladigan aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);

- belgilangan tartibda shaharlar (tumanlar) statistika organlari tomonidan berilgan firma nomi to'g'risidagi guvohnoma;

- muhr va shtamp eskizlari uch nusxada ilova qilinadi.

Ko'rsatilgan hujjatlarga qo'shimcha ravishda:

- a) bozorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun - uni tashkil etishga shahar (tuman) hokimligining roziligi (yoki qarori);

- b) xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar va xorijiy sarmoya ishtirokidagi boshqa tashkilotlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:

- xorijiy muassis to'g'risida yuridik shaxs ro'yxatdan o'tkazilgan joydagi savdo reestrini ko'chirma va O'zbekiston Respublikasining konsullik muassasasi tomonidan belgilangan tartibda legalizatsiya qilingan, bo'lar mavjud bo'lmagan taqdirda, ro'yxatdan o'tkazilgan davlat Tashqi ishlar vazirligida, mazkur mamlakatning O'zbekiston Respublikasidagi konsullik muassasasida yoki diplomatik vakolatxonasida legalizatsiya qilingan, keyinchalik O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining Konsullik boshqarmasida tasdiqlangan bankning tavsiya xati taqdim etiladi. (O'zbekiston Respublikasi norezidentlari bo'lgan jismoniy shaxslar bankning tavsiya xati va o'z pasportlariga oid ma'lumotlar nusxasini taqdim etadi). Agar xorijiy mutahassisning korxonasi (tashkilot) ustav fondiga ulushi intellektual mulk hisoblansa, u holda ariza beruvchi baholovchi tomonida qonun hujjatlarida belgilangan tartibda tuzilgan baholash to'g'risidagi xulosasini taqdim etishi kerak;

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonaning ustav fondi 20 mln AQSH dollarini yoki undan ortiq'ni tashkil etgan taqdirda Vazirlar Mahkamasining O'zbekiston Respublikasi hududida xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonasi tashkil etish to'g'risidagi qarorining nusxasi;

- har bir muassis tomonidan korxonasi ustav fondidagi ulushi miqdorining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi hujjatlar (vaqtinchalik so'mlardagi va valyutadagi jamlovchi hisob raqamlariga pul mablag'lari to'langanligi to'g'risida bank ma'lumotnomasi, O'zbekiston Respublikasi hududiga mol-mulk olib kelinganligini tasdiqlovchi bojxona hujjati, mol-mulkni topshirish qabul qilish dalolatnomasi, mol-mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat, qo'shilayotgan mol-mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat va boshqalar);



v) bir shaxsdan ortiq shaxs tomonidan tashkil etilayotgan aksiyadorlik jamiyatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ta'sis yig'ilishi (konferensiya) protokoli;

g) cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarni va xo'jalik shirkatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun har bir muassis tomonidan ustav fondiga ta'sis hujjatlarida ko'rsatilgan o'z ulushining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi bank ma'lumotnomasi taqdim etiladi. Agar tadbirkorlik subyekti ustav fondi yoki uning bir qismi mulkiy ulush (ko'chmas mulk, asbob-uskuna va boshqalar) yoki intellektual mulk hisobiga shakllantirilgan taqdirda bank ma'lumotnomasi talab qilinmaydi, ta'sis hujjatlaridagi ustav fondini shakllantirish manbalariga ko'rsatma muassislar niyatini tasdiqlaydi;

d) dehqon xo'jaligini (yuridik shaxslarni) davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'jaligi) umumiy yig'ilishining, yoki yuqori boshqaruv organining yoxud boshqa qishloq xo'jaligi kooperativi ish beruvchisining (ma'muriyatining) xo'jalikni tashkil etish to'g'risidagi qarori va tuman hokimining yer uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

e) fermer xo'jaligini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:

- tuman hokimining yer uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

- hokimliklar tomonidan tashkil etiladigan tanlov komissiyasining yer uchastkasi berish to'g'risidagi protokoli, tovar qshloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish biznes-rejasi nusxasi;

j) yuridik shaxslarni qo'shib yuborish, bo'lish, ajratib chiqarish yoki o'zgartirish shaklida qayta tashkil etiladigan tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarga ma'lum bo'lgan barcha kreditorlar yozma ravishda xabardor qilinganligini va ommaviy axborot vositalarida qayta tashkil etish to'g'risida axborot e'lon qilinganligini tasdiqlovchi hujjat;

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarning ularning barcha kreditorlari va qarzdorlariga, shu jumladan tomonlar da'volashayotgan majburiyatlarga nisbatan barcha majburiyatlari bo'yicha huquqiy voris to'risidagi qoidalar ko'rsatilgan topshirish dalolatnomasi (qo'shib yuborishda va o'zgartirishda) yoki bo'lish vedomosti (bo'lishda va ajratib chiqarishda);

- ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvohtonomaning asl nusxasi, o'zgartirilayotgan yuridik shaxsning muhri va shtampi (yuridik shaxsni o'zgartirish yo'li bilan tashkil etilayotgan tadbirkorlik subyektini ro'yxatdan o'tkazishda taqdim etiladi).

Tadbirkorlik subyektining Ustavi, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha majburiyatli jamiyatlar uchun - ta'sis shartnomasi va ustav, to'liq va kommandit shirkatlar uchun esa faqat ta'sis shartnomasi tadbirkorlik subyekti - yuridik shaxs tomonidan ro'yxatdan o'tkazuvchi organga taqdim etiladigan ta'sis hujjati hisoblanadi.

Muassislardan biri tomonidan tegishli binoni (shu jumladan turar joyi) tadbirkorlik subyektining pochta manzili sifatida foydalanishga bo'lgan huquqini tasdiqlovchi hujjat (mulkchilik huquqiga bo'lgan dalolatnoma, binoni sotib olishga, ijaraga olishga shartnoma yoki ijaraga beruvchining bino ijarasi to'g'risidagi kafolat xati, shuningdek yashash joyidan berilgan ma'lumotnoma) tadbirkorlik subyektining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Firma nomi to'g'risidagi guvohnomani olish uchun tadbirkorlik subyekti muassisi tuman (shahar) statistika organlariga murojaat qiladi.

Arizani ko'rib chiqish va firma nomi to'g'risidagi guvohnomani yoki shunga o'xshash firma nomi mavjudligi to'g'risidagi axborotni berish muddati uch ish kunida oshmasligi kerak.

Firma nomi to'g'risidagi guvohnoma yoki shunga o'xshash firma nomi mavjudligi to'g'risida axborot berilganligi uchun to'lov undirilmaydi.

Davlat ro'yxatidan o'tish uchun yakka tartibdagi tadbirkor tomonidan yashash joyidagi Inspeksiyaga (shaxsan hozir bo'lgan holda) mazkur Nizomga ilovaga muvofiq (ilovaga qarang) shakl bo'yicha davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risida ariza taqdim etiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizaga 3x4 sm o'lchamli ikkita fotosurat; ro'yxatdan o'tkazish yig'imining belgilangan miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati, muhr va shtamp eskizlari uch nusxada taqdim etiladi (yakka tartibdagi tadbirkor xohishiga ko'ra). Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

Yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun Inspeksiyaga (shaxsan hozir bo'lgan holda) mazkur Nizomga muvofiq shakl bo'yicha davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risida ariza taqdim etiladi. Arizaga:

- qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'jaligi) umumiy yig'ilishining yoki yuqori boshqaruv organining, yoxud boshqa qishloq xo'jaligi korxonasi ish beruvchisi (ma'muriyati)ning xo'jalik tashkil etish to'g'risidagi qarori;

- muhr va shtamp eskizlari (yakka tartibdagi tadbirkor xohishiga ko'ra) ilova qilinadi.

- Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

Tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va ularni hisobga qo'yish:

- yuridik shaxslarni - 5-ilovaga muvofiq (ilovaga qarang) sxema bo'yicha;

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmagan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bergan arizalarga ko'ra amalga oshiriladi.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan ro'yxatdan o'tkazish yoki asoslangan holda rad etish to'g'risidagi qaror zarur hujjatlar ilova qilingan ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi ariza olingan kundan boshlab:

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmagan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bo'yicha - 2 ish kundan ortiq bo'lmagan muddatda;

- yuridik shaxs sifatidagi barcha tadbirkorlik subyektlari bo'yicha 3 ish kundan ortiq bo'lmagan muddatda qabul qilinadi.

Ariza beruvchi ro'yxatdan o'tkazuvchi organing qaroridan, uning mansabdor shaxslarining noqonuniy xatti-harakatlaridan (harakatsizligidan) norozi bo'lgan yoki ro'yxatdan o'tkazish muddatlari buzilgan taqdirda belgilangan tartibda sudga murojaat qilishga haqlidir. Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan yuridik shaxsni tashkil etgan barcha tadbirkorlik subyektlarining davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi ma'lumotlar mazkur Nizomga muvofiq yuridik shaxslarning davlat reestriga kiritiladi.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab bir kun mobaynida belgilangan shakl bo'yicha davlat reestridan olingan ma'lumotlarni tadbirkorlik subyekti joylashgan joydagi:

- yuridik shaxslar bo'yicha - statistika, soliq organlari hamda muhr va shtamp

eskizlarini uch nusxada ilova qilgan holda ichki ishlar organlariga;

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmagan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bo'yicha - soliq organiga hamda muhr va shtamp eskizlarini (ariza beruvchi xohishiga ko'ra) uch nusxada ilova qilgan holda ichki ishlar organlariga taqdim etadi.

Mazkur Nizomda ko'rsatilgan ma'lumotlar olingach ikki kun muddatda:

- soliq organlari - yuridik shaxsni, yakka tartibdagi tadbirkorni, yuridik shaxs bo'lmagan tashkil etilgan dehqon xo'jaligini, shu jumladan byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga, ish bilan ta'minlash jamg'armasi va yo'l jamg'armasiga (tegishli jamg'armalarga badal to'lovchilar hisoblangan subyektlar uchun) sug'urta badallari to'lovchi sifatida (yuridik shaxs bo'lmagan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklaridan tashqari) hisobga qo'yadi, ularga soliq to'lovchining identifikatsiya raqamini beradi va uni statistika va ro'yxatdan o'tkazuvchi organlarga rasman ma'lum qiladi;

- statistika organlari - yuridik shaxsni korxonalar va tashkilotlarning Yagona davlat registriga kiritadi, ro'yxatdan o'tkazish kartasini to'ldiradi hamda ro'yxatdan o'tkazuvchi va soliq organlariga tadbirkorlik subyektiga berilgan kodlarni rasman ma'lum qiladi;

- ichki ishlar organlari muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani rasmiylashtiradi hamda ro'yxatdan o'tkazuvchi organga eskizning ikki nusxasi bilan birgalikda muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani yuboradi.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar yilning har choragida ro'yxatdan o'tkazilgan va hisobda turgan ro'yxatdan o'tkazilgan tadbirkorlik subyektlari sonini soliq va statistika organlari bilan solishtiradi.

**Shunday qilib, yangi korxonani tashkil etish bir necha bosqichdan iborat:**

- Ta'sischi tarkibini aniqlash va ta'sis hujjatini ishlab chiqish;
- Korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida shartnoma tuzish;
- Korxonani nizomini tasdiqlash va birinchi bayonnomani tasdiqlash;
- Bankda vaqtiincha hisob raqamini ochish;
- Korxonani ro'yxatdan o'tkazish;
- Davlat reestriga kiritish uchun korxonani haqidagi ma'lumotlarni toplash;
- Korxonani ishtirokchilari omonotlarini bankka tola kiritish;
- Bankda doimiy hisob raqamini ochish;
- Korxonani tuman soliq inspeksiyasida ro'yxatdan o'tkazish;
- Dumaloq muhr va burchakli shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish;
- Dumaloq muhr va burchakli shtampni tayyorlash.

### **5.3. Kichik biznes subyektlarini tashkil etish va tugatishdagi muammolar**

**Tadbirkorlik faoliyatini to'xtatish** mulk egasining yoki sud qarori bilan to'xtatiladi. Ishbilarmonlik faoliyati sud orqali quyidagi hollarda to'xtatiladi: bir necha marotaba ogohlantirishga va boshqa turdagi jazo choralari qo'llanishiga qaramay qonun qo'pol ravishda buzilsa; qonunda man qilingan faoliyat bilan shug'ullansa; tadbirkor bankrot deb topilsa; maxsus ruxsatnoma(litsenziya) talab qilinadigan tadbirkorlik faoliyati bunday ruxsatnomasiz amalga oshirilsa va qonunda tutilgan boshqa hollarda to'xtatiladi.

Shaxsiy mulk asosida o'z faoliyatini olib borayotgan tadbirkor dunyodan

o'tganda (vafot etganda), unda uning huquq va majburiyatlari uning merosxo'rlariga o'tadi. Korxonada faoliyati yuqori nazorat olib boruvchi tashkilotlar - soliq qo'mitalarining respublika(shahar, tuman) organlari, sanitariya, boshqa vazirliklar va idoralar tomonidan tekshiruvlarni amalga oshirsa va tadbirkor faoliyatini noqonuniy to'xtatsa, buning natijasida kelgan zararni qoplashlari shart. "Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 5 oktabr 2005 yil O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonida belgilab qo'yilganki, nazorat organlarining mansabdor shaxslari tadbirkorlik subyektlari ruxsatsiz tekshirilganligi va ularning xo'jalik faoliyatiga noqonuniy aralashilganligi uchun yetkazilgan iqtisodiy zararining o'rni qoplangan holda, hatto jinoiy javobgarlikka ham tortiladi.

Rasmiy va amaliy axborotlarni sinchkovlik bilan o'rganish tadbirkorlik sohasida Respublikamizda anchagina muammolar mavjudligini ko'rsatadi. Xalqaro moliyaviy korporatsiyaning bu borada olib borgan tadqiqoti so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning - 1500 dan ziyod tadbirkorlarning 15 foizi korxonani ro'yxatdan o'tkazishda norasmiy to'lovlar to'lashga to'g'ri kelganini tasdiqladi.<sup>7</sup>

Ko'pchilik respondentlar ro'yxatdan o'tkazish jarayonida juda ham ko'p hujjatlar talab qilinganligi, bu ko'p vaqtni olgani, ortiqcha byurokratizm mavjudligini ta'kidlaganlar. Hatto, ro'yxatdan o'tkazishning "bir darchaga" deb nomlangan yangi tartibini belgilab bergan qoidalarga rioya qilingan holda ham ruxsotnoma olish 10 kungacha cho'zilmog'da. Har bir ruxsat beruvchi organ o'rtacha 7 kunda ruxsotnoma berishi ma'lum bo'ldi.

2005 yilda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan qarorlar va boshqa me'yoriy hujjatlar vazirliklar, boshqarmalar, mahalliy hokimiyat organlari tomonidan tadbirkorlar manfaatiga, davlat qonunlariga zid bo'lgan, undan yuqori qo'yilgan, tadbirkorlik subyektlarini tashkil etishida qiyinchiliklarni tug'diradigan, ko'pincha keraksiz hujjatlar talab qiladigan qo'llanmalar, me'yoriy aktlarni qabul qilinishini man qiladi. Shuni ta'kidlash joizki, qabul qilinayotgan me'yoriy xujjatlarda ko'rsatilgan barcha imtyozlar amalda to'la joriy qilinayapti deyish qiyin.

Bugungi kunda kichik biznesni tashkil etish, boshqarish, rivojlantirish va tugatish borasida tadbirkorlarning iqtisodiy va huquqiy bilim va ko'nikmalarni rivojlantirish tobora muhim ahamiyat kasb etib bormog'da. Ma'lumki, bugungi kunda oliy va o'rta maxsus o'quv yurtlarida tadbirkorlik va kichik biznes asoslari bo'yicha bir qator fanlar kiritilgan. Biroq, bu kichik biznes muommolarini yechimi bo'la olmaydi. Chunki, **birinchidan**, tadbirkorlarning barchasi ham oliy va o'rta maxsus ma'lumotiga ega emas, ya'ni bu o'quv kurslarining siru-asroridan xabardor emaslar. **Ikkinchidan** esa, bu o'quv kurslarini nafaqat biznes inkubatorlari va biznes infrastrukturalarida, balki har bir tuman(shahar) hokimliklari, mahalliy tashkilotlar tomonidan tashkil qilinishi maqsadga muvofiqdir. Shunday qilib, ro'yxatdan o'tkazishning "bir darchaga" deb nomlangan yangi tartibi kichik biznes subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish tizimini bir muncha yengillashtirdi, biroq viloyatlarda bu mexanizmni amalga oshirilishini doimiy nazoratda ushlab turish lozim.

<sup>7</sup> "Проблемы регистрации субъектов малого бизнеса" //Бизнес –вестник Востока.- 2003.-№ 49.

#### 5.4. Yangi korxonaning litsenziya olish tartibi

Litsenziya bu - davlat yoki korxonaga, tashkilotlar tomonidan biron iqtisodiy faoliyatni bajarishga rozilik berish, ixtirolarga, texnik yangiliklarga, ishlab chiqarish tajribasi, ishlab chiqarish sirlari, tijorat axborotlaridan ma'lum muddatga foydalanish uchun beriladigan ruxsatnoma. Litsenziya beruvchi litsenziar, oluvchi litsenziat deyiladi. Sodda qilib aytganda, litsenziya - rasmiy ruxsatnomadir. **Tadbirkorlik faoliyatining** ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun davlat tomonidan vakil qilingan organlardan litsenziya olgandan keyingina ijozat beriladi. Litsenziya beruvchi organlar 4-jadvalda keltirilgan.

4- jadval

#### Litsenziya beruvchi organlar

T/r	Litsenziya beruvchi organlar	Faoliyat turlari
1.	Vazirlar Mahkamasi	Raketa-kosmik majmui, aloqa tizimlari; qimmatbaho metallar; qimmatbaho toshlar qazib olish; qimmatbaho toshlar va metallardan zargarlik buyumlari yasash; havo transporti va boshqalar
2.	Adliya vazirligi	Yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug'ullanishga, masalan, advokatlik maslahati, notarial idora va boshqa faoliyatlarga.
3.	Moliya vazirligi	qimmatli qog'ozlarni chiqarish; lotereya uymlarini o'tkazish va hokazo
4.	Markaziy bank	Valyuta qiymatliklari bilan opera-siyalar o'tkazish va xrkazo.
5	Ichki ishlar Vazirligi	Ovchilik va sport o'qotar qurollari hamda o'q-dorilar ishlab chiqarish, tuzatish va sotish; sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish; tarkibida narkotik moddalar bo'lgan ekinlarni ekish, qayta ishlash va sotish, narkotik moddalar tayyorlash sotish va boshqalar
6	Sog'liqni saqlash vazirligi	Farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; tibbiy xizmat ko'rsatish; parfumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo buyumlarini tayyorlash va hokazo
7	Xalq ta'limi, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirliklari	Sog'lomlashtirish va bolalar. o'smirlar hamda yoshlar lagerini tashkil qilish; huquqiy o'quv maskanlarini ochish va hokazo;
8	O'zbekiston pochta va telekommunikatsiyalar agentligi	Aloqa xizmati ko'rsatish va xrkazo.

Kerakli hujjatlar va ariza berilgandan so'ng, 30 kun ichida litsenziya berish haqida qaror qabul qilinadi. Agar litsenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab qilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat bo'lgan davlat organlari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so'ng, 15 kun mobaynida ariza va kerakli hujjatlar topshirilgach, 60 kundan kechiktirmay, qaror qabul qilinadi. Bunda ekspertiza o'tkazish uchun ketgan xarajatlarni ariza beruvchi to'laydi. Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda

litsenziyada belgilangan qonun-qoidalarni yoki amaldagi qonunlarni buzsa, tadbirkorlik faoliyati tugatilsa, shuningdek aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullansa, u holda litsenziya bergan muassasa tadbirkorni litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir.

### 5.5. Kichik biznes subyektlari faoliyatini sertifikatlashtirish

**Sertifikatsiya** —bu mos kelish sertifikatini yoki tamg'asi yordamida mahsulot, ish yoki xizmatni ma'lum me'yorlarga yoki texnik shartga mos kelishini aniqlash maqsadida qilinadigan harakatdir. **Sertifikatsiyaga o'tish**- mahsulot beruvchi va ist'mol qiluvchi shaxslar o'rtasida munosabatlarni takomillashuviga guvohlik beradi, mahsulotni iste'molga to'la tayyorligiga kafolat berilishini ta'minlaydi. Sifatni boshqarish tizimlarini sertifikatlashtirish tovar va xizmatlar sifatini oshirishda katta ahamiyatga ega. Tovarlarini nisbati doimiy tarzda nazorat qilib boriladi. Tovarlarining yoki xizmatlarning sifatini baholashda ularning sifat ko'rsatkichlarini me'yoriy hujjatlardagi normalarga mosligi tekshiriladi. Sertifikatsiya mahsulot, ish va xizmatlarning quyidagi hujjatlarga asosan belgilangan talablarga muvofiq bo'lishiga qarab o'tkazilishi mumkin: xalqaro va xorijiy standartlarga binoan; davlat standartlariga asosan; iste'molchi tanlangan boshqa me'yoriy texnik hujjatlar bo'yicha.

O'zbekiston Respublikasida sifatni nazorat qilish va boshqarishni mamlakat miqyosida O'zbekiston Respublikasi standartlashtirish, sertifikatlashtirish va metrologiya agentligi amalga oshiradi. Bundan tashqari mamlakatimizda 90 ga yaqin sertifikatlashtirish va 300 ga yaqin sinov laboratoriyalari faoliyat ko'rsatmoqda.

“Mahsulotlarni sertifikatlashtirishini amalga oshirish tartibi to'g'risidagi” O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 6906.07.2004 yildagi № 318 -sonli qaroriga 1-ildova keltirilgan nizom majburiy va ixtiyoriy sertifikatlashtirishga nisbatan qo'llanadi. Majburiy sertifikatlashtiriladigan va shunga muvofiq muvofiqlik deklaratsiyasi bilan tasdiqlanadigan mahsulotlar ro'yxati O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi. Sertifikatlashtirish qoidaga ko'ra ikki bosqichda amalga oshiriladi: birinchi bosqich “o'zstandart” agentligida akkreditatsiya qilingan sanitariya nazorati organlari tomonidan gigiyenik sertifikatni rasmiylashtirishni o'z ichiga oladi. Bunda zaruriyatga qarab davlat veterinariya nazorati organlari va o'simliklar karantini bo'yicha davlat xizmatidan veterinar va fitosanitar xulosalarni olish zarur bo'ladi. Tadbirkor bunda gigiyenik sertifikatni olish uchun ariza bilan bir qatorda belgilangan tartibda akkreditatsiyadan o'tgan Sertifikatlashtirish organlariga muvofiqlik sertifikatini rasmiylashtirish uchun ariza berishga haqlidir. Bundan u mos holdagi xulosalarni olish uchun veterinar va fitosanitar organlariga murojaat qilishga haqlidir. Ikkinchi bosqichda Sertifikatlashtirish organlari tomonidan muvofiqlik sertifikatini berish amalga oshiriladi. Sertifikatlashtirish organlari tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan berilgan yozma arizaga muvofiq ravishda sertifikatlashtirishni o'tkazish bo'yicha agentlik xizmatlarini ko'rsatishi va davlat sanitariya nazorati organlari, davlat veterinariya nazorati organlari, o'simliklar karantini bo'yicha davlat xizmati hamda tabiatni muhofaza qilish davlat organlaridan zarur bo'lgan barcha xulosalarni olishga haqlidir. Bunda majburiyatni hamda probalarni to'g'ri tanlash

va ularni mutasaddi davlat organlariga berish bo'yicha mas'uliyatni Sertifikatlashtirish organlari o'z zimmalariga olishadi. Ko'rsatilgan xizmatlar uchun to'lovlar tariflar bo'yicha amalga oshiriladi.

Bizning fikrimizcha, yuqorida ko'rib chiqilgan tartibda standartlashtirish va sertifikatsiyalashtirish kichik biznes qatnashchilarida juda ko'p vaqt va mablag'ni talab qilmoqda. Hozirgi kunda (2005 yil dekabrda) O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining majlislarida boshqa bir qancha qonunlar bilan bir qatorda mahsulotlarni standartlashtirish va sertifikatsiyalash bo'yicha qonun va me'yoriy hujjatlarni qayta ko'rib, tadbirkorlarni faoliyatini samaradorligini oshirish maqsadida yanada soddalashtirilmoqda.

### **Qisqa xulosalar**

Tadbirkorlik subyektlarini tashkil etishdagi, ya'ni hujjatlarni tayyorlash, ularni ro'yxatdan o'tkazishdagi turli-tuman byurokratik to'siqlar, nayranglar natijasida sarf-xarajatlar, vaqt va imkoniyatlarning bekor ketishi va pirovard natijada tadbirkorning bunday ishni boshlashdan so'ng, bezor bo'lib ketishi, ishtiyoqning yuqolishi hali-hamon kuzatilmoqda.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi qanday?

2. Yakkalash tartibidagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi qanday?

3. Xalqaro moliyaviy korporatsiyaning olib borgan so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning fikricha, ruxsotnoma olish jarayonidagi to'siqlar nimalardan iborat?

4. Bu borada olib borilgan tadqiqot so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning fikricha, ro'yxatdan o'tgandan keyin tegishli organlardan ruxsatonoma olish uchun gancha vaqt ketgan?

5. Ro'yxatdan o'tkazish jarayonidagi ma'muriy to'siqlar qanday?

6. Ro'yxatdan o'tqazish jarayonini takomillashtirish chora tadbirlari haqida so'zlab bering.

7. Sizning fikringimizcha yana qanday choralarni amalga oshirish mumkin?

8. Yangi korxonani litsenziya olish tartibi qanday?

9. Ro'yxatdan o'tkazish jarayonidagi Inspeksiyaning vazifasi nimadan iborat?

10. Tadbirkorlik subyektlarini yuridik shaxs sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi qanday?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Ўзбекистон Республикасининг “Хусусий корхоналар тўғрисида”ги Қонуни. Қонун ва қарорлар тўплами. -Т.: Ўзбекистон, 2004., №3

2. Ўзбекистон Республикасининг “Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни // Тadbirkorlikка oid қонун ҳужжатлари тўплами. 1 том. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2002.

3. Ўзбекистон Республикасининг “Масъулияти чекланган ва қўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида”ги Қонуни 2001 йил 6 декабрь //

Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами. 1 том. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2002.

4. Ўзбекистон Республикасининг “Хўжалик ширкатлари тўғрисида”ги Қонуни, 2001 йил 6 декабрь // Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами. 1 том. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2002.

5. “Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш учун рўйхатдан ўтказиш тартиботлари тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 20 август 2003 йил 357-сонли Қарори // Халқ сўзи. 2003. 22 август.

6. “Маҳсулотларни сертификатлаштиришни амалга ошириш тартиби тўғрисидаги” Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 6 июл 2004 йилдаги № 318 -сонли Қарори // Халқ сўзи. 2004. 7 июль

7. “Проблемы регистрации субъектов малого бизнеса” // Бизнес – вестник Востока.- 2003. № 49.



## VI BOB KICHIK BIZNES FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

### 6.1. Kichik biznes faoliyatini strategik rejalashtirish

Bozor iqtisodi qonunlari amal qilgan sharoitda faoliyat ko'rsatuvchi kichik biznes subyektlari o'zining joriy va istiqboldagi strategiyasini aniq tasavvur etishi kerak, chunki bozor ishlab chiqarishni tashkil etish va rejalashtirishda xatolarni, o'ylanmay qilingan hatti-harakatlarni kechirmaydi.

Har qanday ongli kishi uzoq safarga chiqmoqchi bo'lsa, albatta oldindan reja tuzib oladi – qayerga borish, qaysi yo'l bilan yetib borish haqida o'ylab ko'radi. safar qay darajada uzoq davom etsa, reja shuncha puxta tuzilishi lozim.

Xuddi shu kabi, kichik biznes boshqaruvchisi biron bir faoliyatni boshlashdan avval albatta uni qanday boshlash kerak, bu biznes faoliyati natijasida nimaga erishadi, uni qaysi yo'l bilan amalga oshirish mumkinligi haqida o'ylaydi. Biznesni qanchalik barqaror bo'lishini xohlasalar, shunchalik uzoq muddatga mo'ljallangan dasturil-amalga ega bo'lishlari lozim.

Masalan, Massachusets shtati (AQSh)da joylashgan "Kids at large" firmasi tashkil topganda, strategik rejasining asosiy maqsadi – bozorda "o'z iste'molchisini" topish edi. Ular AQShdagi har 4 boladan biri og'ir vaznli (semiz) ligini hisobga olgan holda, 4 yoshdan 14 yoshgacha bo'lgan bolalar uchun kiyim –kechak chiqarishni oldilariga maqsad qilib qo'ydilar. Reklama yaxshi natijalarni ko'rsatdi, chunki og'ir vaznli (semiz) bolarning ota-onalari kiyim topishga qiynalar edilar. "Kids at large" firmasini strategiyasi – an'anaviy ulgurji va chakana korxonalar tarmoqlaridan foydalanmay, pochta buyurtmalari dasturi orqali butun shtatda savdo qilishdan iborat edi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes strategiyasi natijasida ushbu kompaniya ma'lum vaqtda pochta orqali 13000 ta buyurtma olishga erishdi.<sup>8</sup>

**Strategik rejalashtirish** konsepsiyasining mohiyati kelajakka mo'ljallanganligidan iqtisodiyot rivojidadagi yuqori darajali noaniqlikni hisobga oladi, ulkan sifatli maqsadlarga erishishga yo'naltirilgan, boshqaruvga yondoshishning variantlari, ko'p bo'lishini talab etadi. Oldiga qo'yilgan maqsadlar va erishilgan natijalar o'rtasidagi uzilishni oldindan nazarda tutadi.

Strategik rejalashtirishning uzoq muddatli rejaning asosiy farqi shundaki, strategik rejalashtirishda o'tmishda belgilangan rivojlanish tendensiyalaridan foydalanishning imkoni yo'q. Bu yerda barcha marketing xavf-xatarlari va imkoniyatlarini tahlil qilish hamda baholashga alohida o'rin ajratiladi. Kichik biznesda strategik rejalashtirishda iqtisodiy –matematik usullar, modellar keng ishlatiladi.

Firmaning strategiyasi-umumiy harakatlar rejasi, uning yordamida firma o'z maqsadlariga erishishga intiladi (maqsadlarga yetishish algoritmi).

Kichik biznes strategiyasi-firma strategiyasining asosiy qismini detallashtirish, bozordagi faoliyatining miqdor va sifat ko'rsatkichlari hamda yo'nalishlarining yig'indisidan va firma strategiyasini to'liqroq amalga oshirish mumkin bo'lgan marketingning alohidadhora-tadbirlariga yo'naltiruvchi prinsiplar qarorlardan iboratdir.

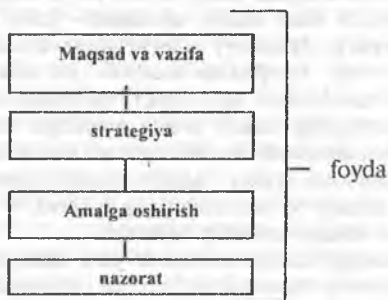
Strategik reja-operatsiyalar yig'indisi bo'lib, firma rahbarining nuqtai nazaridan qaraganda ularni bajarish uning strategiyasini amalga oshirishga olib keladi.

Taktika qisqa muddatli davrga (masalan: yil, chorak, oy) ishlab chiqiladi va

<sup>8</sup> Манба: Gayle Sato Stodder, "On the Small Side" Entrepreneur. Июнь, 1991.

zarur bo'lganda, biznesning strategik vazifalarini hal qilish maqsadida to'g'rilab chiqiladi. Samarali strategik rejani tuzish quyidagilarni bosqichma bosqich amalga oshirishni talab qiladi: firma maqsadini aniq belgilab olish; bozordagi raqobat holatini, distribyutor va mahsulot yetkazib beruvchilar, ularning moliyaviy holatini o'z ichiga oluvchi biznes olib borish shart –sharoitlarini tahlil qilish; biznes faoliyatini va uni ishlab chiqarishga qo'shilib ketishi jarayonini aniq ko'z oldiga keltirish ; tashqi xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyat va nozik jihatlarni, raqobat ustunliklarni ko'rib chiqish. Xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyat va nozik jihatlarni tekshirish SWOT tahlil deb ataladi va undan kichik/katta biznesni rejalashtirishda foydalaniladi.

Kichik biznes korxonasi faoliyatini maqsadi, vazifalari, strategiyasi, uni qanday amalga oshirish va nazorat qilinishi ushbu biznesdan keladigan foyda miqdorini belgilaydi. Buni oldindan ko'rib chiqish va rejalashtirish lozim.(6.1 rasm)



6.1. rasm. Kichik biznes korxonasi maqsadi, vazifalari, strategiyasi va nazoratni foyda miqdori bilan bog'liqligi.<sup>9</sup>

Rejalashtirishda maqsadni aniq belgilab olish – kichik biznes muvaffaqiyatining garovi hisoblanadi.

Ma'lumki, maqsadlar doimo ma'lum bir cheklanishlar asosida amalga oshiriladi. Ular kichik biznes korxonasi ichidagi va tashqaridan qo'yiladigan cheklanishlar bo'lishi mumkin. Tashqi cheklanishlar qatoriga qonun me'yorlari, inflyatsiya, raqobatchilar, iqtisodiy ustuvorlikni o'zgarishi, aholi daromadlarini o'zgarishi, qarzdorlarning moliyaviy holati va boshqalar kiritilishi mumkin. Ichki cheklanishlarga esa kichik biznes korxonasi xarajatlar darajasi, ishlab chiqarish quvvatlari, marketing va boshqaruvning holati, turli darajadagi nomuvofiqliklar va boshqalar kiradi. Shuning uchun kichik biznes korxonasi missiyasi, maqsadi va vazifalarini ishlab chiqish jarayonida uning faoliyatiga ta'sir qiluvchi ko'p sonli omillarni baholash zaruriyati tug'iladi.

## 6.2. Biznes g'oyalarining shakllanishi va biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash

Tadbirkorlik g'oyasi - har qanday biznes tashabbusining asosidir. U doimo shakllanib borishi uchun tadbirkorlik qobiliyati, u yoki bu mahsulotni ishlab chiqarish haqida kerakli bilim, savdo, moliya, vositachilik va innovatsion faoliyat

<sup>9</sup> Джон Беджерс.Дэн Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.

haqida tushuncha bo'lishi kerak.

Tadbirkorlik g'oyasi samarali bo'lishi uchun xo'jalik faoliyatining rejasini, amalga oshirish zarur bo'lgan muhim manbalarning birinchi o'rinda turuvchi muammolar belgilagan asosiy dasturni ishlab chiqish kerak.

Tadbirkorlik g'oyalarining yashovchanligini ta'minlovchi tashkil etuvchi elementlarga quyidagilar kiradi:<sup>10</sup> kichik **biznesning** iqtisodiyotdagi **ahamiyatini** aniqlash; **raqobatbardoshlik**, ya'ni boshqa tadbirkorlik tizimlariga nisbatan iste'molchilar ehtiyoj va talabini qondirishda qo'li baland kelishiga ishonch xosil qilish; ma'lum sharoitda **g'oyalarni amalga oshirish**; **mahsulot-** ishlab chiqish strategiyasi, sotuvga tayyorlangan tovarlar yoki haridor ehtiyojlaridan kelib chiqadigan xizmatlar tahlilini; **bozorlar** -mahsulotni qayerda, qanday qilib, kimga va qanday narxda sotishni belgilab olish va shu bilan birga haridorning maqsadi qanday ekanligani aniqlab olish lozim: **manbalar-** joriy xarajat va investitsiya. **Korxonadagi strukturaviy (tizimiy) o'zgarishlar-**filiallar va tarmoqlangan korxonalarni tashkil etish; **rivojlanish dasturi-** xo'jalik faoliyati va tovarlar sotiladigan bozor yo'nalishlarini ta'riflaydi, ishbilarmon faolligini oshiradi, korxonaning, tadbirkorlikning tashqi bozor muhitiga moslashuviga asoslanib, xo'jalik faoliyatini takomillashtiradi. Kichik korxonaning moslashuvini ta'minlash uchun xo'jalik faoliyatining umumiy rejasini ishlab chiqish, xarajat tizimini, mahsulot yoki ko'rsatilayotgan xizmat ro'yxatini aniqlash kerak.

#### **Biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash**

Kichik biznes korxonasi boshqaruvchisi xo'jalik faoliyatini boshqarayotib, o'z rejasini amalga oshirishning muqobil yo'llari va imkoniyatlari haqida ma'lumot olishi va ulardan eng yaxshisini tanlashi kerak.

Xususan, eng oqilona tadbirkorlik loyihasi shuki, u jalb qilingan va naqj kapitalni samarali, to'g'ri va to'liq rejalashtirilgan natijaga erishishga yo'naltirishi, asoslangan maqsadga muvofiq usullar bilan xo'jalik masalalarini amalga oshirishi lozim. Loyihaning yashov qobiliyati iqtisodiy-texnik ko'rsatkichlar bilan, shuningdek eng afzal xulosalarning tanlashga asoslangan va maqsadga muvofiq xatti-harakatlarga to'g'ri baho berish bilan ta'riflanadi.

**Boshlang'ich tijoratçilik takliflarini asoslash.** Savdo-sotiqqa oid takliflar samaradorligining tahlili uning dastlabki bosqichida bo'lajak tadbirkorlik bitimlari haqida umumiy, xomcho't va faraz qilish asosida taxminan o'tkaziladi. Ular quyidagi taxminiy tartibda tanlanadi: mahsulotlar va xizmat turlarining ayrim to'pining sifatli o'lchamlari baholanadi; mahsulot yetkazib berish vaqti va vositalar aniqlanadi; bitimni amalga oshirish davriga xarajat va baholar oldindan aytiladi; mahsulot yetkazib berish yoki ko'rsatilgan xizmatlardan olinadigan tushum yoki tadbirkorlik daromadi hisoblanadi; imkoniyatli daromad hajmi aniqlanadi. Bunda tadbirkorlik bitimlarini amalga oshirish uchun ko'proq kapital mablag'lari talab qilinganda, kutilayotgan daromadning o'sishi bilan ularning solishtirish va rentabellikni hisoblash va bu mablag'larning qoplay olishi muddatini bilish kerak.

**Kichik biznesda maslahatchi xizmatidan foydalanish** Kichik biznesga tadbirkorlik loyihalarining taqirzchilarni jalb etish, ayniqsa, muhimdir. Agarda yirik korxonalar konstruktorlar byurolar, tajriba xonalari, marketing bo'linmalariga ega bo'lsa va

<sup>10</sup> Фуломов С.С. Тadbirkorlik va kichik бизнес: Уқув-қўлланма. - Т.:Шарқ, 2002.

kerakli tadqiqotlarni o'tkazsa, kichik biznesning tadbirkorlik tizimlari esa ko'p hollarda vositachilar xizmatidan foydalanadilar. Ayniqsa, unchalik katta bo'lmagan korxonada tadbirkor-menejeri maslahatchilar xizmatidan foydalanish juda muhimdir. Maslahatchilar tadbirkorlik g'oyasiga yondashish yoki bu xo'jalik qarorlarini amalga oshirishga munosabati, boy tajribasi va ko'p qirrali malakalari yutug' va muvaffaqiyatsizlik sabablarini aniqlashga yordam beradi. Bu maslahatchilar g'oyalarini to'g'ri baholashga va biznesmenning obro'sini ko'tarishga yordam beradi. Xavf-xatarni kamaytirish uchun tadbirkorlik faoliyatida va ayniqsa, xo'jalik xatari katta bo'lgan joyda o'z ishining mutaxassisi bo'lgan maslahatchilarni tashqaridan taklif qilish foydali.

### 6.3 Moliyaviy ta'minot manbalarini izlash

Tadbirkorlik faoliyatida mablag' manbalarini izlashda ikkita asosiy modeli bor<sup>11</sup>. Keng tarqalgani, mumtoz (klassik) shakllaridan biri tadbirkorlik tuzilmalarining bor moliya zaxiralari eng ko'p foyda olish uchun yo'naltirishdan iborat. Bunda korxonada tadbirkori yoki menejerining ish uslubi shundan iborat: naqd pul mablag'larini hisoblash, tadbirkorlik g'oyalarini amalga oshirishda erishiladigan maqsadni o'rganish va yuqori foyda olishni ko'zlab qilingan boshqa xatti-harakatlar. O'z faoliyatini boshlayotganda eng qulay pul topish yo'llari quyidagilardan iborat: savdo-vosita xizmatidan tushgan pul jamg'armasi yoki tovar olib-sotish, uzoq-yaqin xorij mamlakatlariga borib xalq iste'mollarini oldi-sotdi qilib foyda ko'rish, xizmatning barcha turlari, aksiyaning dividendi, obligatsiyaning foizi, merosdan pul va mulk olish, bankdagi omonatdan foyda ko'rish, ijaraga berilgan ko'chmas mulkdan foyda olish, xayr-sahovat va xomiylikdan tushgan mablag'.

Ikkinchi model "Innovatsiya". U ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun, hattoki o'zining imkoniyatlari yetmagan taqdirda ham, har qanday imkoniyatdan foydalanishga qaratilgan. "Innovatsiya" modeli o'zining mablag'idan tashqari quyidagi moliya manbalarini ishlatishni taqozo qiladi: jalb qilingan mablag', davlat subsidiyasi, mahalliy budjet moliyasidan, bank kreditlari, qimmatbaho qog'ozlar emissiyasi, investitsiya foizlari, chet el investitsiyasi.

2005 yilda qabul qilingan Prezident qarorlari va farmonlarida kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab -quvvatlashga katta ahamiyat berilmoqda. Hozirgi kunda bu qarorlarni amaliyotga tadbiiq qilish dolzarb masaladir. Chunki, ta'mirlash va eskirib qolgan asbob-uskunalarni almashtirish uchun investitsiyani bir necha barobarga oshirish lozimdir. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustuvor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"<sup>12</sup> 14 iyun 2005 farmonida qayd etib o'tilganidek, amaldagi qonun va normativ hujjatlarining iqtisodiyotni isloh qilish va erkinlashtirish bo'yicha kutilgan vazifalarga muvofiqligi tanqidiy tahlil qilindi.

<sup>11</sup> Фуломов С.С. "Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма. - Т.:Шарқ, 2002.

<sup>12</sup> Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодийотни янада эркинлаштириш соҳасидаги устувор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 14 июн 2005й. Фармони // Халқ сўзи 15 июн 2005.

## **Qisqa xulosalar**

Rejalashtirish - boshqaruv jarayonining dastlabki bosqichlaridan biri bo'lib, u maqsadni amalga oshirish, rivojlantirishda yo'nalishni belgilash demakdir. Har qanday firma o'z faoliyatini puxta va yaxshi rejalashtirishi kerak chunki, firmaning omon qolishi va foyda ko'rishi shunga bog'liq bo'ladi. Rejalashtirishda maqsadni aniq belgilash, biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash, maslahatchilar xizmatidan foydalanish katta ahamiyat kasb etadi. Kichik biznesga tadbirkorlik loyihalarining taqrizchilarni jalb etish, ayniqsa, muhimdir.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Kichik biznes xojalik subyektlarini faoliyatini rejalashtirish kerakmi?
2. Strategik rejalashtirish konsepsiyasining mohiyati nima?
3. Kichik biznesda strategik rejalashtirish mazmunini tushuntiring.
4. Tadbirkorlik g'oyasini samarali bo'lishi uchun nimalarni amalga oshirish zarur?
5. Tadbirkorlik g'oyalarining yashovchanligini taminlovchi qanday elementlarni bilasiz?
6. Tadbirkorlik loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash qay tartibda olib boriladi?
7. Dastlabki tijoratchilik takliflarini asoslash nima uchun kerak?
8. Maslahatchilarni jalb etish nima uchun kerak?
9. Tadbirkorlik faoliyatida mablag' manbalarini izlashdagi ikkita asosiy modeli haqida so'zlab bering.
10. Tadbirkorlik g'oyalarini amalga oshirishda yuqori foyda olishni ko'zlab qilingan boshqa xatti-harakatlar rejalashtirishda qanday orin tutadi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Фуломов С.С. Тadbirkorлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма. - Т.: Шарқ, 2002.
2. Джон Беоджерс. Ден Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.
3. Кичик бизнесни бошқариш: Ўқув қўлланма. М.С. Қосимова, Б.Ю. Ходиев, А.Н. Самадов, У.С. Мухитдинова. - Т.: Ўқитувчи, 2003.
4. Кичик тadbirkorлик фаолияти асослари. 1-қисм: Ўқув- амалий қўлланма. Б.Ю. Ходиев, Г.А. Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар. Т.: Е ТЕМПУС дастури "Магодор-2000" лойиҳаси, 2004.
5. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>

## VII BOB

### KICHIK BIZNES KORXONALARI UCHUN BIZNES REJA ISHLAB CHIQISH

#### 7.1 Biznes rejaning mohiyati va ahamiyati

**Biznes-reja** - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish, kengaytirilishi aks etadigan hujjat. Kichik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablag' ishlatishni va shu mablag' qancha foyda keltirishini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Biznes-reja u yoki bu ishlab chiqarishga pul kiritish joizmi, barcha xarajatlarni qoplaydigan miqdorda daromad olinadimi degan savollarga javob beradi. Shu bilan birga u funksional vazifalariga ko'ra ishlab chiqarishni tashkil qilish, texnika va texnologiyalar, korxonaning moliyaviy rejalar bilan bog'liq muhim masalalarni hal qilishga qaratiladi.

Kichik biznes boshqaruvchilari uchun **biznes-reja xo'jalik boshqaruvi vositasi sifatida** namoyon bo'lishi lozim.

Aniq va to'g'ri ishlab chiqilgan biznes-reja ishlab chiqarishni faol rivojlantirish va shu bilan bir paytda uning dinamikasini nazorat qilish, investorlar, hamkorlar va kredit resurslarini jalb qilishni amalga oshiradi.

Biznes-reja quyida keltirilgan uchta asosiy funksiyalarni bajarishga bog'liq degan fikr ham mavjud:<sup>13</sup>

- biznes yuritish konseptsiyasini ishlab chiqish;
- korxonada faoliyatining amaldagi natijalarini baholash;
- pul mablag'larini jalb qilish zarurligini asoslab berish.

Yuqorida keltirilgan sharhdan ko'rinib turibdiki, biznes-rejani tuzish zarurati ayrim hollarda o'z biznesini yaratish bilan, ikkinchi holda bank yoki boshqa moliyaviy muassasadan pul olish niyati bilan, uchinchidan esa tijorat loyihasini amalga oshirish, yangi korxonada yaratish zarurati bilan asoslanadi.

Biznes-reja **birinchidan**, korxonaning barcha bo'lim va xizmatlari majburiyatlari va javobgarligini aniqlashga imkon beradi, **ikkinchidan**, ularni korxonada istiqboli bilan shug'ullanish hamda korxonada maqsadlarini va ularga erishish yo'llarini aniqlashga majbur qiladi, **uchinchidan**, korxonada faoliyatining muhim yo'nalishlari bo'yicha ko'rsatkichlarni belgilab beradi, **to'rtinchidan** esa, korxonaning bozordagi kutilmagan o'zgarishlarga yanada moslashuvchan va tayyor qilib qo'yadi.

Biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflatsiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo'lishligini, omonat bankka qo'yilgan shu miqdordagi mablag' keltiradigan foydadan ko'p bo'lishini ta'minlashini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Biznes rejada ilg'or texnologiya va bozor tadqiqotlarining natijalari, yangi ish tashkil qilish va tadbirkorlik rejalarini amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan tashkiliy-boshqaruv va moliya muammolarini hal qilishi kerak. Biznes-reja kichik biznes boshqaruvchisi tomonidan ishlab chiqiladi, agarda boshqa muammolar bo'yicha maslahatlar kerak bo'lsa, bu ishga boshqa soha mutaxassislari jalb qilinishi mumkin. Odatda bunday rejalar 3-5 yil muddatga tuziladi. Tadbirkorlik tomonidan birinchi yildagi olinadigan samara oylar sayin batafsil, keyingi yili - taqvimlar

<sup>13</sup> Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаланштириш. Маърузалар матни. - Т.: ДДИУ, 2005.

bo'yicha, keyinchalik yil bo'yicha hisoblanadi. Biznes-reja kerakli tashkilotlar(omonatchilar) tasdig'idan o'tgan taqdirda (xissadorlik jamiyati bo'lsa), birinchi yilga alohida ish vazifalarini ishlab chiqishga asos bo'ladi.

Shunday qilib, kichik biznes korxonasi faoliyatining kuchli va zaif tomonlarini hisobga oluvchi, mavjud ishlab chiqarish salohiyatidan eng samarali foydalanishi va kutilayotgan miqdorda foyda (daromad) olishga yo'naltirilgan real biznes-reja ko'proq muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

## 7.2. Biznes-reja ishlab chiqish jarayoni

Biznes-rejaning tarkibi, tuzilmasi, ko'rsatkichlari va boshqa jihatlarini odatda korxonaning hajmi (quvvati), yo'nalishi, iqtisodiy va moliyaviy holatiga bog'liqdir.

Endi ish boshlayotgan tadbirkor yoki faoliyat yuritayotgan kichik korxonaga uchun o'z ishini boshlash va buning uchun zarur bo'lgan boshlang'ich kapitalni, jumladan, bank kreditlari hisobiga shakllantirishi mumkin. Bu bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik faoliyati olib borish tuziladigan biznes-rejaning mazmuni va uni tayyorlash bosqichlari ma'lum bir (umumiy) ko'rinishga ega bo'ladi. Yangiliklar kiritish yoki bankrotlik yoqasida turgan korxonaga uchun biznes-reja boshqa ko'rinishga ega bo'ladi. Shunday bo'lsada, har qanday biznes-rejada tanlangan biznes konsepsiyasi ochib beriluvchi, taklif qilinayotgan mahsulot, ish yoki xizmatlarning o'ziga xosligini tavsiflovchi, shuningdek, istiqbolda olinishi lozim bo'lgan foyda (daromad) va biznesni kengaytirish aks ettiriluvchi bo'limlar mavjud bo'ladi.

Biznesni rejalashtirish ikki bosqichda amalga oshiriladi.<sup>14</sup> **Birinchi bosqichda** biznes-rejaning loyiha varianti ishlab chiqilib, unda o'tgan yilda erishilgan natijalar tahlili va kelgusi yillar uchun o'z imkoniyatlarini baholash hisobiga dastlabki hisob-kitoblar amalga oshiriladi. Biznes-reja barcha hisob-kitoblarda belgilangan texnologik jarayonlarga, ichki zahiralardan to'liq foydalanishga asoslanishi hamda zarur hollarda tashkiliy va texnik-iqtisodiy tadbirlar bilan mustahkamlanishi lozim.

Ushbu bosqichda chiqariladigan mahsulotga jamiyat ehtiyojlari va bozor talabini aniqlash katta ahamiyatga ega. Gap shundaki, jamiyatning aniqlangan ehtiyojlaridan tashqari, iste'molchilar mahsulotni harid qilish uchun sarflaydigan va korxonaga ushbu ehtiyojlarni qondirish uchun mahsulot ishlab chiqarishga sarflovchi resurslarning cheklanganligi ham mavjud. Shuning uchun "ehtiyot - resurslar" bog'liqligi biznes-rejaning asosiy bo'g'ini hisoblanadi. Ehtiyojlarni aniqlash korxonani iste'molchilik talabiga ega bo'lmagan mahsulot chiqarish uchun xarajatlar sarflashining oldini oladi, talab qilinuvchi resurslar hisob-kitobi esa xato va kamchiliklarga yo'l qo'ymaydi.

**Ikkinchi bosqich** bu biznes-rejani yakuniy ishlab chiqish va uni korxonaning rasmiy hujjati sifatida tasdiqlashdir. Aynan shu sifatda biznes-reja huquqiy kuchga ega bo'lib, turli idora va muassasalarga, xususan, banklardan moliyaviy resurslar olish uchun taqdim etilishi mumkin.

Har qanday istiqbolli hujjat kabi, biznes-reja ham iste'mol bozorida va umuman iqtisodiyotda ro'y berayotgan o'zgarishlarni hisobga olgan holda vaziyatga ko'ra qayta ko'rib chiqilishi, zarur hollarda o'zgartirishlar kiritilishi mumkin. Eng asosiysi u korxonaning bozordagi ulushini saqlab qolishga ko'maklashishi, kelgusida ishlab

<sup>14</sup> Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

chiqarish va sotish biznes-rejani asosiy qismidan o‘rin egallovchi mahsulotning hayotiylik davrini uzaytirishga xizmat qilishi lozim. Yakuniy maqsadning bittaligiga qaramay, biznes-rejani ishlab chiqishning har bir bosqichi bajarishi lozim bo‘lgan belgilangan vazifalar doirasi mavjud. Birinchi bosqichda asosan korxonaning iste‘molchilarga taklif qilishi mo‘ljallanayotgan tovar va xizmatlar tarkibini tanlash (yangi mahsulot, modifikatsiyalangan yoki an’anaviy mahsulot), ishlab chiqarish dasturini bajaruvchi bo‘yicha taqsimlash, talab qilinadigan xom-ashyo, material va boshqa zarur vositalar hajmini, shuningdek, tayyor mahsulotni sotish kanallarini aniqlash, mahsulot tannarxi, kutilayotgan foyda va hokazolarni hisob-kitob qilish vazifalari bajarilsa, ikkinchi bosqichda barcha dastlabki hisob-kitoblar birlashtiriladi va korxonaga biznes-rejasini shakllantirish yakunlanadi.

Biznes-rejani ishlab chiqishning birinchi bosqichidagi hisob-kitoblar qanchalik aniq va bexato bajarilgan bo‘lsa, uning boshqaruv hujjati va xo‘jalik yuritish vositasi sifatidagi ishonchligi shunchalik yuqori bo‘ladi. Biznes-reja bosqichlarini ishlab chiqish o‘rtasida uzoq tanaffus bo‘lmasligi va ortiqcha axborot bilan to‘ldirib tashlanmasligi lozim. To‘liq biznes-rejani matni ellik varaqdan oshmasligi lozim. Biroq so‘nggi yillarda, xususan, raqobat kuchli bo‘lgan soha va tarmoqlarda qisqartirilgan biznes-rejalar keng qo‘llanayotgan bo‘lib, ularning hajmi 10-15 varaqdan ortmayapti. Shunday bo‘lsada, biznes-reja har qanday variantida korxonaga missiyasini bajarish va uning pirovard maqsadlariga erishishni ta‘minlashga xizmat qilishi lozim.

Biznes rejani shakllantirishni yangi korxonani tashkil etish yoki korxonaga faoliyatiga muhim o‘zgartirish kiritish g‘oyasi bir necha bosqichlarda amalga oshiriladi<sup>15</sup>. (7.1-rasm).



7.1-rasm. Biznes-rejani ishlab chiqish bosqichlari.

Biznes-rejani tayyorlashning **birinchi bosqichida** korxonaga missiyasi (korxonaga falsafasi) – xo‘jalik subyekti qisqacha ta‘rifi, uning maqsadlari, burchi, faoliyat sohalari, xarajat me‘yorlari va mintaqa, jamiyatning ijtimoiy vazifalarini hal etishdagi o‘rni aniqlanadi.

**Ikkinchi bosqich** – biznes-reja maqsadlarini ishlab chiqish. Maqsad- bu korxonaning kelgusidagi ko‘zda tutilgan, istalgan holati.

**Biznes tizimida maqsad beshta funksiyani bajaradi.**

<sup>15</sup> Qarang, Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес – планов. - М.: “Ось-89”, 2003.



- tashabbus - firmaning hozirgi va ko'zda tutilgan, istalgan holatini, harakatlar motivlarini taqqoslash, solishtirish.
- qarorlar qabul qilish mezonlari - axborotlar va muqobillarni tanlash, biznesdagi ustivor yo'nalishlarni baholash;
- boshqarish vositalari - harakatlarni boshqaruvchi talablar, biznes yo'nalishlarini aniqlash;
- muvofiqlashtirish - qarorlar qabul qiluvchi shaxslar o'rtasida nizosiz munosabatlarni ta'minlash, maxsuslashtirilgan bo'linmalar ishlarini moslashtirish, muvofiqlashtirish.

Har qanday korxonada murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida ko'p maqsadli harakterga ega.

Korxonani faoliyati davomida strategik maqsadlarni amalga oshirish bilan bir vaqtda ko'plab taktik va tezkor maqsadlarni ham hal etadi. Sof iqtisodiy maqsadlar bilan ijtimoiy, texnikaviy va tashkiliy vazifalar chambarchas bog'liqdir. Maqsadlarni tuzilmalarga ajratish turli xil jihatlar bo'yicha amalga oshirish mumkin (7.1-jadval).<sup>16</sup>

7.1-jadval.

### Korxonada maqsadlarining taxminiy tasnifi.

№	Tasniflash belgilari	Maqsadlar guruhlarini	
1	Mazmuni (predmeti)	Iqtisodiy, Tashkiliy, Siyosiy, Ishlab chiqarish	Ijtimoiy, Texnologik, Ilmiy, Estetik, Psixologik
2	O'lchami	Maksimum Ko'p emas	Minimum Kam emas
3	Rejalashtirish miqyoslari	Uzoq muddatli (strategik) o'rta muddatli (taktik)	Qisqa muddatli (tezkor)
4	Harakatlar sohasi	Global, Regional, Oliy, Oraliq	Milliy, Lokal (mahalliy), Yo'ldosh (qo'shimcha), Quyi
5	Ierarxiya darajasi	Korxonada	Tuzilma bo'yicha
6	O'zaro munosabatlar	Komplementar Indeferent	Raqobatli
7	O'lchamlilik	Miqdoriy	Sifat jihatdan (o'lchovsiz)
8	Yo'naltirilganlik	Tijorat	Notijorat (ijtimoiy)
9	Muhit	Ichki	Tashqi
10	Subyekt	Individual (shaxsga yo'naltirilgan)	Guruhga (kollektivga) yo'naltirilgan

Maqsadlar aniq tushunarli bir ma'noda tushuniladigan bo'lishi va korxonaning kelajakdagi holatini aks ettiruvchi atamalar orqali ta'riflanishi kerak.

Biznes-rejani ishlab chiqishning **uchinchi bosqichida** biznes-rejani tuzilmasi belgilab olinadi.

<sup>16</sup> Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

To'rtinchi bosqichda biznes-rejaning har bir bo'limini ishlab chiqish uchun zaruriy axborotlarni to'plash amalga oshiriladi. Bu rejalashtirishning eng muhim mehnat qismi hisoblanadi. Axborotlar manbai sifatida tarmoqning maxsus axborotnomalaridan, loyiha tashkilotlari me'yorlaridan, tahlil bilan shug'ullanuvchi maxsus firma xizmatlaridan, statistika idoralari materiallaridan, maxsus tadqiqotlar va kuzatishlardan, yuqori malakali iqtisodchilardan, maslahatchilardan hamda korxonaning ichki muhiti va o'z ishini yaxshi biladigan korxonada xodimlaridan foydalanish mumkin.

Rejalashtirishning beshinchi bosqichi - bevosita biznes-reja bo'limlarini ishlab chiqish va uni yagona hujjat sifatida rasmiylashtirish.

### 7.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari

Faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes korxonalarini faoliyat turi, yo'nalishi, maqsadi, faoliyat hajmi bir xil emasligi sababli ularning har biri uchun biznes-rejani ishlab chiqish bo'yicha detali tavsifa berishning imkoni yo'q. Shunday bo'lsada, zamonaviy iqtisodiyot fanida biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi ishlab chiqilgan bo'lib, quyida uning ayrim variantlari keltirilgan <sup>17</sup>(7.2-jadval).

Keltirilgan variantlardan ko'rinib turibdiki, biznes-rejaning qat'iy tartibga solingan tuzilmasi mavjud emas. Biroq biznes-rejalarning har bir turi uchun xarakterli bo'limlar mavjud bo'lib, ularda tanlangan biznes (ishlab chiqarish) konsepsiyasi, taklif qilinayotgan mahsulot yoki xizmatning o'ziga xosliklari, marketing va menejment, tavakkalchilikni baholash, moliyaviy ta'minot va natijalar aks ettiriladi. Qabul qilingan har bir biznes-reja tuzilmasi quyidagi savollarga javob berishi lozim: ishlab chiqarishni nimadan yoki qanday boshlash kerak, ishlab chiqarishni qay tarzda samarali tashkil qilish mumkin, ilk daromad (foyda) qachon olinadi, investorlar va kreditorlar bilan qanchalik tez hisob-kitob qilish mumkin, tavakkalchilik darajasi va uni kamaytirish imkoniyatlari qanday.

Biznes-rejaning har bir bo'limi o'z mazmuniga, ko'rsatkichlar tizimi va ularni hisob-kitob qilish usullariga ega bo'ladi. Biroq, bu biznes-rejaning yaxlit va to'liqligiga putur yetkazmaydi. Barcha bo'limlar o'zaro bog'liq bo'lishi hamda korxonaning potentsial ishlab chiqarish imkoniyatlarini amalga oshirishga xizmat qilishi lozim. Biznes-rejaning ayrim bo'limlarini alohida ko'rib chiqamiz.

Potensial biznes hamkor biznes-rejaning berilishi bilan qisqacha tanishishi kerak, chunki u turli xil ishbilarmonlik tuzilmalari bilan hamkorlik qiladi. Biznes-rejaning kirish qismida qisqacha tushuntiruv yozuvi bo'lishi kerak.

Biznes reja bo'limlarida quyidagilar aks etishi kerak:<sup>18</sup> korxonada ma'lumot-korxonada nomi va uning joylashgan yeri, ishlab chiqariladigan mahsulotlar yoki xizmatlar nomlari va asosiy raqobatchilar, boshqaruv tizimi bayon qilinadi.

<sup>17</sup> Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режасштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

<sup>18</sup> Фуломов С.С. "Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма. - Т.:Шарқ, 2002.

## Biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi

I variant	II variant	III variant	IV variant	V variant
Bo'lajak biznesni qisqacha ta'riflash.	Biznes-rejaga kirish.	Tanlangan biznes konseptsiyasi.	Kirish.	Firma imkoniyatlari (rezyume).
Bozor.	Biznesni identifikatsiyalash.	Ayni paytdagi vaziyat.	Korxonani ta'riflash.	Tovar (xizmat) turlari.
Xodimlar malakasi va tajribasi, mavjud moliyaviy vositalar.	Maqsad. Biznesni ta'riflash.	Yaratilayotgan korxonada tavsifnomasi.	Mabsulotni ta'riflash.	Tovar (xizmat) sotuv bozori.
Taklif qilinayotgan mahsulotning ustunliklari.	Bozor. Raqobat. Menejment.	Boshqaruv. Bozor tahlili va tadqiqotlari.	Marketing rejasi. Ishlab chiqarish rejasi.	Sotuv bozorida raqobat.
Bo'lajak biznesni tashkil qilish.	Xodimlar. Joylashuv.	Marketing harakatlari rejasi.	Tashkiliy reja va menejment.	Marketing rejasi.
Kelajakka nazar.	Moliyaviy ma'lumotlar.	Ishlab chiqarish rejasi.	Moliyaviy reja.	Ishlab chiqarish rejasi.
Moliyaviy vazifalar.	Hisobot.	Tavakkalchilikni baholash.	Loyiha samaradorligi.	Tashkiliy reja.
Pul mablag'laridan foydalanish.	Qisqacha mazmun (rezyume).	Moliyaviy reja.	Ilova.	Firma faoliyatining huquqiy ta'minoti.
Ilova.				Tavakkalchilikni baholash va sug'urtalash.
Biznes tarixi.				Moliyaviy reja. Moliyalashtirish strategiyasi.

**Ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat turlari.** Bu bo'limda sotishga chiqariladigan hamma mahsulot va xizmatlar ko'rsatiladi, ulardan foydalanish imkoniyatlari, bunda ularning asosiy va ikkilamchi foydalanish usullari ko'rsatiladi. Hozirda bozorga chiqarilayotgan tovar bilan korxonada taklif qilayotgan tovar o'rtasidagi farqlar aytib o'tiladi, yangi mahsulotning ustunligini isbotlanadi.

**Bozorga chiqish, ishlab chiqarish va sotish hajmining o'sish strategiyasi.** Marketing rejasida asosiy muvaffaqiyat omillari (masalan, bozor uchun yangi mahsulot, vaqtdan yutish, bozorga chiqishdagi afzallik va boshqalar), narxlarga yondashish, sotish usullari va mahsulot reklamalari ko'rsatiladi. Biznes strategiyasi quyidagi bozor axborotlariga suyanadi: ishlab chiqarishning o'lchamlari, jug'rofiy tavsif va raqobatning mavjudligi, imkoniyatlari.

**Mahsulot sotish bozorini iqtisodiy baholash.** Bu qism biznes-rejada asosiy hisoblanadi. Bunda, ishbilarmon, bozorning butun tuzilishi, tarmoqning rivojlanishini aks ettirishi lozim, egallamoqchi bo'lgan bozor segmentini ajratish va raqobatchilar faoliyatini tavsiflashi, bozordagi shaxsiy hissasi dinamik o'sishini isbotlashi kerak. Kichik biznes boshqaruvchisi kim uning mahsuloti haridori bo'ladi; u qancha tovar sotib olishi mumkin; qanday qilib o'z tovarini o'tkazadi (to'g'ridan to'g'ri aloqa, ekspert, diler, vositachi orqali, birja va broker orqali); mahsulotning kelgusidagi (3-5 yildagi) bozor potentsiali; raqobatchilarning mavjudligi va imkoniyatlari, "kurashish" usullari haqida aniq ma'lumotlarga ega bo'lishi

kerak. Bo‘limning oxirgi qismida ishbilarmon istiqboldagi 3-5 yilga qisqacha bashorat berishi kerak. Uning fikri bo‘yicha qancha hajmda mahsulot sotish mumkin? Bozorda raqobatchilar bilan qanday usullar yordamida kurashish mumkin? Kelajakda mahsulot ishlab chiqarishning qaysi strategiyasini tanlash mumkin? Xuddi shu savollar, tushunarli tarzda, biznes rejaning keyingi bo‘limlarida ko‘rsatiladi.

**Ishlab chiqarish jarayoni.** Kichik biznes boshqaruvchisi ishlab chiqarishni tayyorlashdan tortib, to texnika xavfsizligini ta‘minlash va ishlab chiqarish madaniyatigacha tushuntirish matni beriladi. Kichik biznes boshqaruvchisi mahsulot ishlab chiqarish uchun qaysi materiallar kerak bo‘lishi, qanday mashinada mahsulot ishlab chiqilishini oldindan rejalashtiradi. Ishlab chiqarish quvvati haqida tavsif beriladi, ishga tushishi muddati ko‘rsatiladi. Moddiy texnika ta‘minoti masalasi alohida ko‘rib chiqiladi, ya‘ni “qayerdan, kimdan, qanday materiallar sotib olinadi? Qanday tashib keltiriladi?” va boshqalar. Yetkazib beruvchilarning mahsulot sifati va yetkazib berish kafolatlari bayon qilinadi.

**Mahsulotning raqobatbardoshligini bashorat qilish.** Bu bo‘limda tovarlar (xizmatlar) assortimenti, ularning ro‘yxati, oylik yoki yillik sotilgan mahsulot soni va hajmi beriladi. Bu bo‘limning maqsadi-kreditorlarni (banklarni), investorlarni yoki yangi foydalanuvchilarni mahsulotdan ko‘p foyda olish mumkinligiga ishontrishdir. Ammo, ishbilarmon har xil vaziyatlarda investorni o‘z mahsulotining raqobatchi tovardan afzalligi borligi bilan ishontrira bilishi kerak. Bo‘limning oxirgi qismida ishbilarmon o‘z haridoriga ko‘rsatadigan qo‘shimcha xizmat turlarini taklif qilishi mumkin. (Masalan: uyga transport vositalari yordamida bepul yetkazish, narxni kamaytirish, kafolatlangan ta‘mirlash ishlarini bajarishi va boshqalar).

**Marketing sohasining yo‘nalishi.** Bu bo‘limda quyidagi savollar ko‘rib chiqiladi: ishbilarmon tanlagan tovarlar va ularni sotish usullari; mahsulotni oluvchi haridorlar; narx siyosati; haridorlarga xizmat ko‘rsatish uslubi va bozorni kengaytirish usullari (ya‘ni haridorlarni izlash). O‘z imkoniyatlaridan kelib chiqib va bozorni o‘rgangandan so‘ng, ishbilarmon, ommaviy tovar strategiyasini yoki ixtisoslashgan strategiyani tanlaydi. Shuningdeq u, mahsulotni qanday usullar bilan o‘tkazishni ko‘rib chiqadi: mahsulotni ulgurji, chakana sotish, ishchi kuchi va pul xarajatlari hisoblanadi.

Bozorni segmentlash kichik firmalar uchun ham maqsadga muvofiqdir. U doimiy va potensial haridor aniqlangach, qanday hajmda mahsulot ishlab chiqarish kerakligi haqidagi savol bo‘yicha ma‘lumotlar tahlili asosida hal qilinadi.

**Boshqarish rejasi.** Boshqaruv sohasidagi reja korxonaning boshqaruv tuzilmalari tahlili, ya‘ni ishlab chiqarishni boshqarish texnologiyasining tuzilishini rejalashtirish demakdir. Aslida u katta hajmda bo‘lmaydi (2-3 varaq), lekin bu bo‘lim ham asosiy bo‘limlardan hisoblanadi, chunki biznesdagi, ayniqsa kichik biznesdagi omadsizliklar birinchi galda boshqaruvning to‘g‘ri rejalashtirilmagan oqibatidir.

Bo‘limning boshida ishbilarmonlikning tashkiliy-huquqiy shakli beriladi. Boshqaruvchi organing tarkibi ko‘rib chiqiladi, korxonadagi yordamchi bo‘limlar va xizmatlar hamda ularning vazifalarini taqsimlash ko‘rsatiladi. Eng asosiy masala korxonada boshqarish tuzilmasining samaradorligi hisoblanadi. Bo‘limning oxirgi qismida korxonaning tezkor rejasi yoki ish grafisini qisqacha shaklda berish maqsadga muvofiqdir.

**Yuridik reja.** Agar firma katta bo‘lib, u o‘zoq mudatga mo‘ljallangan ishni rejalashtirayotgan yoki “yangi” ish boshlayotgan bo‘lsa yuridik reja mustaqil bo‘lim

bo'lib tuziladi. Bunda firma to'g'risida ma'lumotlar bilan bir qatorda, masalan, firma siyosati, ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifati, raqobat kurashining haqilligi, ishning qonunga muvofiqligi, shartnoma va rejalarning o'z vaqtida bajarilishi daromad manbalari va boshqalar berilishi mumkin. Bu bo'limni yozish uchun, odatda, mutaxassis - yurist taklif qilinadi. Ayniqsa huquqiy me'yorlar o'zgariganda kichik biznes boshqaruvchisi huquqiy sohada yaxshi bilimdon bo'lishi kerak chunki bunaqa o'zgarishlarni oldindan ko'ra bilish yoki ularni o'z vaqtida payqash va tushunish qonun buzilishining oldini oladi.

**Moliyaviy reja.** Moliyaviy reja yaqin 3-5 yil uchun moliyaviy natijalarni rejalashtiradi, agar korxonaga bir necha yil ishlayotgan bo'lsa, o'tgan davrga moliyaviy hisobot qilinadi. Moliyani rejalashtirishning asosiy qismlari quyidagi hujjatlarni o'z ichiga oladi: sotish hajmi bashorati; pul xarajatlari va tushumlar balansi; daromad va xarajatlar jadvali; korxonaning aktiv va passivlari boshlang'ich balansi; zarar ko'rmaslikga erishish grafigi. Bo'limning oxirgi qismida, odatda korxonaning moliyaviy strategiyasi yoritiladi. Uning umumiy jihatlari tavsiflanadi va rejalashtirilgan 3-5 yil davrga ishlab chiqarishni moliyaviy ta'minlash masalalari ko'rib chiqiladi. Birinchi navbatda, tadbirkor, olingan va boshlang'ich ma'lumotlar asosida loyihani amalga oshirish uchun qancha mablag' kerak bo'lishini aniqlaydi. Undan so'ng u qayerdan mablag' olishni, qaysi muddatlarda olingan mablag'larni qaytarishni, investorlarning korxonaga qo'yilgan mablag'larni qachon va qancha foiz bilan qaytarib, olishlarini belgilaydi. Bunday ma'lumotlar bank va kredit beruvchi tashkilotlarga ham zarur bo'ladi. Bu bo'limni sinchiklab, mukammal ishlab chiqilishi tadbirkorlikdagi xavf-xatar va tavakkalchilikni kamaytiradi.

**Tashqi iqtisodiy faoliyat rejasi.** Kichik biznes korxonasi yoki tadbirkor tashqi bozorga chiqmoqchi bo'lsa va u yerda o'z mavqeyini saqlab qolmoqchi bo'lsa, u holda biznes-rejaning ushbu bo'limi ishlab chiqiladi. Bu bo'limdan tovarni qaysi davlatga chiqarilishi, sotish hajmi, bo'lg'usi valyuta tushumi, mavjud aloqalar haqida axborot beriladi. Rejada tashqi iqtisodiy aloqa shakllar ya'ni tashqi savdo, xalqaro hamkorlik kapital qo'yish, korxonani qayta jihozlash, takomillashtirish; ilmiy, sanoat yoki ekolojik loyihalarni birgalikda ishlab chiqarish; olimlar, mutaxassislar, ishchi kuchi bilan o'zaro almashish, respublika territoriyasida boshqa davlatlar bilan qo'shma korxonaga tuzishni tanlashda alohida ahamiyat beriladi. Chet el investitsiyalarini jalb qilishni rejalashtirgan tadbirkorlik tuzilmalari tashqi iqtisodiy faoliyatning investitsion loyahasini alohida ishlab chiqishlari kerak bo'ladi.

### **Qisqa xulosalar**

Biznes-reja - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish, kengaytirilishi aks etadigan hujjat. Kichik biznesning asosiy maqsadi foyda olishdir. Biznes-reja bir nechta bo'lim va ko'rsatkichlardan iborat bo'lib, ularning soni korxonaning hajmi, o'ziga xosliklari va boshqa xususiyatlariga bog'liq bo'ladi. Ilmiy adabiyotlarda 8 - 12 bo'limdan iborat bo'lgan biznes-rejalar tavsiya qilinadi.

Qaysi bo'limni biznes rejaga kiritilishi kichik biznes faoliyati yo'nalishiga bog'liq. Biznes reja bo'limlarida quyidagilar aks etishi kerak: korxonaga haqida ma'lumot, faoliyat turlari, kerakli mablag'ga bo'lgan ehtiyojning qisqacha bayoni, rejalashtirilgan foyda va loyiha rentabelligi, ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat turlari, bozorga chiqish, ishlab chiqarish va sotish hajmining o'sish strategiyasi-

marketing rejasi mahsulot sotish bozorini iqtisodiy baholash, ishlab chiqarish jarayoni, mahsulotning raqobatbardoshligini bashorat qilish, Marketing sohasining yo'nalishi, boshqarish rejasi, yuridik reja, moliyaviy reja, tashqi iqtisodiy faoliyat rejasi. Biznes-reja amaliyotda asosan ikki bosqichda tayyorlanib, bu bosqichlarning har birida mos keluvchi vazifalar bajariladi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Biznes rejaning mohiyati, maqsadi va ahamiyati nimadan iborat?
2. Korxonada maqsadlarining taxminiy tasnifini variantlarini keltiring.
3. Biznes-rejani ishlab chiqish bosqichlari qanday?
4. Biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi qanday bo'limlarni o'z ichiga oladi?
5. Biznes rejaning asosiy bo'limlarini mazmunini tushintirib bering.
6. Kichik biznes korxonalarining tadbirkori, menejeri biznes-rejani ishlab chiqarishning aniq sxemasi, tarkibi, hajmi tanlashda qanday omillarga e'tibor beradi?
7. Marketing sohasini yo'nalishini belgilash nima uchun zarur?
8. Yuridik reja qanday vaziyatlarda tuziladi?
9. Moliyaviy, tashqi iqtisodiy faoliyat reja ahamiyati nimadan iborat?
10. O'zingizni korxonangiz biznes rejasini tuzing.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Махмудов Э.Х., Исақов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.
2. Ўз ишингизни яратинг ёки тadbirkor нималарни билиши лозим. -Т.: ЮНИДО. "Бизнес маслахат маркази" лойиҳаси. 2003.
3. Махмудов Э.Х., Исақов М.Ю. Бизнес планирование. Учебное пособие. - Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
4. Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес – планов. - М.: "Ось-89", 2003.
5. Фуломов С.С.Тadbirkorлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.: Шарқ, 2002.
6. Бизнес планирование. Подробное руководство по составлению, созданию и внедрению. [Электронный документ]. - (plan-business.ru).

## VIII BOB KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH

### 8.1. Kichik biznesni boshqarish tamoyillari

Kichik biznes faoliyati xo'jalik yuritishning shaxsiy manfaatdorlik va tashabbuskorlik tamoillariga, yetishtirgan mahsuloti mol –mulki moliyaviy va moddiy resurslarni mustaqil tasarruf etishga asoslanadi. Kichik biznesni samaradorligi ko'p jihatdan boshqarish tizimini mukammalligi bilan uzviy bog'liqdir.

Kichik biznes korxonasini boshqarish san'ati menejment deb ataladi va korxonani samarali boshqarish tizimini anglatadi.

Kichik biznes korxonasi mulk va sarmoya egalari tomonidan yoki maxsus tanlab olingan va kerakli bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan mutaxassis menejerlar tarafidan boshqariladi.

Kichik biznes xo'jalik subyektlarini boshqarishni amalga oshirish orqali quyidagi vazifalarni amalga oshirish mumkin:

- korxonani ishlab chiqarish, tijorat va moliyaviy faoliyatini rejalashtirish;
- ishlab chiqarishni tashkil etish va texnologik jarayondagi mutanosibliklarni bartaraf qilish;
- korxonaning qisqa va uzoq muddatli strategik yo'nalishlarini ishlab chiqish;
- moddiy-texnik ta'minotni tashkil etish va boshqarish;
- marketing faoliyatni tashkil etish va boshqarish;
- moliyaviy boshqaruv;
- meqnatni tashkil etish, xodimlarni tanlash, burch va vazifalarini belgilash;
- tavakkalchilik(risk) elementlarini boshqarish;
- axborotlar yig'ish va taqil etish tizimini yaratish;
- korxonani faoliyati samaradorligini oshirish yollarini ishlab chiqish va uni amalga oshirishni boshqarish;

• boshqaruv qarorlarini bajarilishini nazorat qilish.

Bu vazifalarni bajarilishini samarali tashkil etish va kichik biznes

Zamonaviy menejment fani va amaliyoti sohasi sifatlaridan ko'ra odamlarni boshqarish san'ati sifatida ko'proq namoyon bo'ladi.

Korxonani boshqarish ma'lum bir tamoyillarga asoslanib amalga oshiriladi:<sup>19</sup>

1. Mehnat taqsimot tamoyil mehnatni tashkil etish va boshqarishda vazifalar va majburiyatlarini xodimlar o'rtasida oqilona taqsimlash jarayonini anglatadi.

2. Vakolatlilik va majburiyat. Vakolat boshqaruv qarorlarini qabul qilishga imkon bersa, majburiyat uning natijalari uchun javobgarlik tamoyilini belgilab beradi.

3. Intizom korxonani xodimlari va ishchilarining belgilangan mehnat tartibi va qoidalariga so'zsiz rioya etishini va qhrmat bilan yondoshishini talab etadi.

4. Boshqaruvda yakkaboshchilik va kollegiallik. Yakkaboshchilik tamoyili korxonani xodimlarining yagona rahbar buyruqlariga qat'iy b o'ysunushini talab qiladi. Bu tamoyilni amalga oshirishning asosiy sharti har bir ijrochining huquqlari, burchi va majburiyatlarini qat'iy belgilab qo'yishdir.

---

<sup>19</sup> Kичик тадбиркорлик менежменти 2-қисм: Ўқув амалий қўлланма. Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар. – Т.: ЕХ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.

Yakka boshchilikni kollegiallik, ya'ni qabul qilinadigan qarorlarda mutaxassislar va xodimlarning keng ishtiroki bilan qo'shib olib borish mumkin. Demokratiya va oshkorlik har bir xodimning tashabbuskorligiga, o'z qobiliyatlarini namoyon qilishiga va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda faol qatnashishiga imkoniyat yaratadi.

5. Maqsadning yagonaligi tamoyili korxonadagi barcha boshqaruv xodimlari, mutaxassislar va ishchilarning yagona maqsad va vazifalar yo'lida birlashishi zaruriyatini yuzaga keltiradi.

6. Shaxsiy manfaatlar va korxonada manfaatlarini qo'shib olib borish. Korxonaning har bir xodimi o'z shaxsiy manfaati y o'lida kattiq mehnat qilish bilan birga, o'z manfaatlarini korxonada manfaatlaridan ustun qo'ymasligi lozim. Shu bilan birga menejrlarning korxonada manfaatlarini ko'zlab qabul qilgan qarorlari xodimlar va ishchilarning manfaatlariga ziyon yetkazmasligi lozim.

7. Rag'batlantirish tamoyili asosida korxonada xodimlarining mehnati natijalarini munosib taqdirlash orqali mehnat unumdorligi va ishlab chiqarish samaradorligini yuksaltirish yotadi.

8. Rejalilik Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqarishni rejali boshqarish iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashning muhim shartidir. Bu tamoyil ishlab chiqarish rivojlanishining qisqa va uzoq muddatlarga mo'ljallangan o'nalishlari, sur'atlari va nisbatlarini belgilashni ifodalaydi.

9. Shaxsiy tashabbuskorlik Bozor iqtisodiyoti tadbirkor, shaxsiy manfaati yo'lida tashabbuskorlik bilan harakat qiluvchi, omilkor shaxslarni rag'batlantiradi.

10. Javobgarlik va tavakkalchilik boshqaruvchi o'z faoliyati natijalari uchun ma'lum bir javobgarlikka ega bo'lishi, bunda ma'lum tavakkalchilik (risk) elementlarini ham qisobga olishi lozim.

11. Boshtaruv etikasiga rioya etish. Bu tamoyil boshqaruv xodimlaridan bilimli, madaniyatli va xushmuomala bo'lishni, xodimlarga ishonish va ularni ehsita bilishni talab etadi.

12. Boshqaruv shakli va usullarini takomillashtirib borish. Kuchli raqobat sharoitida korxonada sinmasligi uchun menejrlar doimo o'z ustilarida tinmay ishlab, boshqaruv usullarini takomillashtirib borishlari va bozordagi o'zgarishlarga moslashishlari lozim.

## **8.2. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari**

Korxonada faoliyatini boshqarish jarayoniga tashqi va ichki omillar ta'sir ko'rsatadi.

Ichki omillarga korxonaning kata -kichikligi, resurslar miqdori va uni taqsimlanishi, texnologik darajasi, mehnatni tashkil etish usullari, baho siyosati va boshqalar kiradi.

Tashqi omillar korxonadan tashqaridagi muhit ta'sirida vujudga keladi. Ular qatoriga bozor kon'yunkturasi va raqobat muhiti, mol yetkazib beruvchi va iste'molchilarning xatti-harakatlari, tabiiy-iqlimiy shart-sharoitlar, siyosiy va ijtimoiy omillar, huquqiy-me'yoriy baza va davlat boshqaruvi kabi omillar kiradi.

Boshqaruvga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar korxonaning ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va boshqa faoliyati natijalariga jiddiy ta'sir ko'rsatishi sababli, boshqaruv qarorlarini qabul qilishda har bir omilni hisobga olish zarur.

Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni (kichik biznesni) bajarayotgan funksiyalariga, iqtisodiyotdagi o'rniga, u faoliyat ko'rsatayotgan biznes



muhitga va nihoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga boqliq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillar(faktorlar)ni keltirib chiqaradi.

Bu faktorlarni miqdori va sifat faktorlariga ajratish mumkin.

Miqdoriy faktorlarga kichik korxonadagi ishlovchilar soni, sotilayotgan tovarlar hajmi va aktivlarning bahosi(miqdori) kiradi.

Kichik korxonada menejmenti uchun unda ishlovchi ishchilar soni katta ahamiyatga ega. Mulk egasining o'z biznesini boshqaruv darajasi va (personal) ishchilar bilan boladigan aloqasi bu omilga bog'liq. Hunarmand mulk egasining o'zi bo'ladi, ozi boshqaruvchi, o'zi ishchi, kichik tadbirkor o'z koxonasini o'zi boshqaradi va ishchi personal bilan yaqindan aloqada boladi. O'rta korxonada egasi menejment uchun mutaxassis menejerlar yollaydi va ular orqali koxonani boshqaradi. Yirik tadbirkor(korxonada egasi)ning korxonani boshqarishga, uning xodimlari, ayniqsa ishchilari bilan aloqasi bo'lmaydi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni afzalliklari, kamchiliklari, xususiyatlari kichik biznes menejmentidagi sifat omillarini tashkil qilsada, u miqdoriy omillardan kelib chiqadi.

Miqdoriy omillar kriteriyasi haqida olimlar orasida bir fikrga kelinmagan. Bu haqida ikki yonalish mavjud bo'lib, birinchi yonalish tarafdorlarining qarashlari asosida tashqi muhit harakteristikasi yotadi. Ikkinchi yonalish tarafdorlari kichik korxonani katta koxonaning kichraytirilgan shakli deb emas, balki katta korxonadan oziga xos xususiyatlari bilan ajralib turuvchi tashkilot sifatida qaraydi.

Birinchi yonalish o'z ichiga tort xil omillarni oladi. Birinchi guruh omillari iqtisodiyot va konyukturani holatini o'z ichiga oladi. Ikkinchi guruh omillariga bozor infratuzilmalarning holati, uchinchi guruh omillariga kichik biznesni rivojlantirishga qaratilgan davlat siyosati, tortinchi guruh omillariga jamiyatning tadbirkorlikka bo'lgan munosabati kiradi.

Ikkinchi yonalish kichik biznes va tadbirkorlikning yangilikka intiluvchanligi, tashqi muhitga moslashuvchanligi, kichik biznesni boshqarishni marketing bilan birga olib borishni tavsiya etadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan boshqaruvning yangicha shakli vujudga kelmoqda. Reja asosida ishlashning, foydaga, iste'molchilar talabini qondirish muhim bo'lib bormoqda.

Kichik biznesni bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlash maqsadida boshqaruv tizimi – menejmentni marketing bilan bog'lashi muhim. Korxonani boshqaruvchi korxonada rejasi bilan bog'liq bo'lib, korxonaning ishlab chiqarish muvaffaqiyati va kutilayotgan foyda darajasiga erishishiga xizmat qiladi. Aynan shunday bog'liqlik boshqaruvni tashkil qilishni nafaqat o'z iste'molchisi va bozoriga, balki barcha bozorlar va iste'molchilarga hamda qabul qilingan va amalga oshirilayotgan tadbirlarning maqsadga muvofiqligiga yo'naltirilgan mukammal tizim shaklida ifodalashga imkon beradi. Masalan, kichik korxonada boshqaruvni tashkil etishning hamda biznes samaradorligi nuqtai nazaridan kimlar va nima sababdan korxonada mahsulotini sotib olmayotganligi befarq qoldirmasligi kerak. Kichik korxonada haridorlari (yoki korxonada haridori bo'lmaganlar) boshqalardan nima sotib oladi. Ular uchun ushbu haridlar qanday qiymatga ega. Biznesni jonlantirish va iste'molchilik talabining o'sishi uchun qanday tashkiliy va boshqaruv qarorlarini qabul qilish zarur. Kichik korxonada boshqaruvni tashkil qilish yagona maqsad

emasligi sababli shu va shu kabi boshqa savollarning javobi har bir kichik korxonasi rahbariyatining boshqaruv xatti-harakatlari asosida yotishi lozim.

Yangi tashkil etilayotgan korxonaga uchun yuqorida aytib o'tilgan vazifalardan tashqari biznes miqyosiga mos keluvchi tashkiliy tuzilmani shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Uni tavsiflab berishda odatda quyidagi masalalar yoritiladi:

- asosiy boshqaruv lavozimlari va boshqaruv xodimlarining umumiy soni;
- boshqaruv tizimining ierarxiya bosqichlari soni;
- u yoki bu lavozimlarga mutaxassislar rezyumesini to'plash va boshqaruv komandasini shakllantirish;

• boshqaruv komandasi a'zolari o'rtasida rollarni taqsimlash va har bir komanda a'zosining funksiyalarini belgilab olish;

- boshqaruv komandasining har bir a'zosi uchun oylik ish haqi miqdorini belgilash;
- boshqaruv komandasi a'zolarini yollash shartlari.

Kichik korxonaning optimal tashkiliy tuzilmasini shakllantirish bir vaqtning o'zida amalga oshiriladigan narsa emas. Uning yechimi ko'p hollarda nafaqat ko'p vaqt, balki katta tashkilotchilik ishlarini, qobiliyatini ham talab qiladi. Ayniqsa boshqaruv komandasini tuzish og'ir va murakkab ish hisoblanadi. Bunda quyidagi tamoyillarga rioya qilish zarur:

- komanda a'zolarining psixologik jihatdan bir-biriga mos kelishini ta'minlash;
- komandaning yagona organizm kabi faoliyat ko'rsatishini ta'minlash;
- har bir komanda a'zosi jamoa oldiga qo'yilgan maqsadni to'liq tushuna olishi lozim;
- komanda a'zosi o'z malakasini muntazam oshirib borishi kerak;
- qonuniy asosda korxonaga nufuzini oshirish va foydasini o'stirish uchun barcha zarur ishlarni amalga oshirish.

Tashkiliy tuzilmaning asosiy tavsifi (xarakteristikasi) quyidagilardan kelib chiqadi: <sup>20</sup>

- boshqarish funksiyalari bo'yicha boshqaruv xodimlari soni;
- chiziqli boshqaruv xodimlari soni;
- korxonaga boshqaruv tizimining bo'ysunish pog'onalari soni;
- har bir boshqaruv darajasida tuzilmaviy bo'g'inlarning miqdori;
- boshqaruvning markazlashmaganlik darajasi;

Yuqoridagi tavsiflarga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy omil korxonani boshqarish bo'yicha ishlar hajmi hisoblanadi. Bu esa o'z navbatida boshqarish funksiyalarining mazmuni va tarkibiga boshqaruv vazifalarining mehnat talabligi va davriyligiga bog'liq bo'ladi.

### 8.3. Kadrlar siyosati va personalni boshqarish

**Kichik biznes korxonalari xodimlarni boshqarish** bu mehnat vazifalarini bajarishda xodimlarning aqliy va jismoniy qobiliyatlaridan eng unumli foydalanish maqsadida ularning manfaatlari, xulq-atvori va faoliyatiga ta'sir ko'rsatish tamoyillari, usullari, shakllari va vositalari yig'indisidir.

Xodimlarni boshqarish sohasida asosiy vazifa har bir xodimning o'z imkoniyatlarini amalga oshirishi uchun sharoit yaratish va har bir muayyan holatda insonga uning oldida turgan vazifalarni hal qilish maqsadida zarur ta'sir ko'rsatish vositalarini topish.

---

<sup>20</sup> Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаланштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

Xodimlarni boshqarish tuzilmasi quyidagi faoliyat yo'nalishlarini qamrab oladi:

- resurslarni rejalashtirish: inson resurslariga bo'lgan ehtiyoj va buning uchun zarur xarajatlarni qondirish rejasini ishlab chiqish;

- xodimlarni ishga olish: barcha lavozimlar bo'yicha potentsial nomzodlar zahirasini yaratish;

- tanlov: nomzodlarning ish joyiga mosligini baholash, ulardan eng yaxshilarini zahiradan tanlab olish;

- oylik ish haqi va tovon pullarini belgilash: xodimlarni jalb qilish, ishga yollash va ushlab qolish maqsadida oylik ish haqi va imtiyozlar tuzilmasini ishlab chiqish;

- kasbga yo'naltirish va moslashuv: yollangan xodimlarni tashkilot va bo'linmalarga kiritish, xodimlarga tashkilot ulardan nimani kutayotganligi va qanday mehnat munosib baholanishini tushuntirish;

- o'qitish: xodimlar mehnati samaradorligini oshirish maqsadida ularni o'qitish dasturlarini ishlab chiqish;

- mehnat faoliyatini baholash: mehnat faoliyatini baholash uslubiyatini ishlab chiqish va uni xodimlarga yetkazish;

- lavozimini oshirish, pasaytirish, boshqa ishga o'tkazish, ishdan bo'shatish: xodimlarni javobgarlik darajasi ko'proq yoki kamroq bo'lgan boshqa ishga o'tkazish usullarini ishlab chiqish, boshqa lavozim yoki ish joyiga o'tkazish yo'li bilan xodimlar tajribasini oshirish, shuningdek, ishga yollash shartnomasini bekor qilish;

- rahbar kadrlarni tayyorlash, xizmat pillapoyasi bo'ylab harakatlanishni boshqarish: rahbar kadrlar qobiliyatlarini rivojlantirish va samaradorligini oshirishga qaratilgan dasturlarni ishlab chiqish;

- mehnat munosabatlari: jamoa shartnomalarini imzolash bo'yicha muzokaralar olib borish;

- bandlik: bandlik bo'yicha bir xil imkoniyatlarni ta'minlash dasturini ishlab chiqish (bandlik kafolatlari va kadrlar qo'nimsizligini pasaytirish iqtisodiy samarani oshiradi va xodimlarni mehnat samaradorligini oshirishga undaydi).

Xodimlar sonini aniqlash ish o'rinlari soni, xizmat ko'rsatish normalari va mehnat sig'imi kabi turli usullar yordamida aniqlanadi.

Mehnat sig'imi bo'yicha hisob-kitob usuli asosan normalashtiriluvchi ishlarda qo'llanadi. Bu usul yordamida korxonadagi xodimlar soni tuzilma bo'linmalari bo'yicha, kasbi va malakasi bo'yicha aniqlanadi.

Bu kattalik belgilangan ish hajmining (norma-soatda) bitta ishlovchining soatlarda ifodalanuvchi foydali (samarali) vaqt fondiga va normani bajarish foiziga nisbati orqali aniqlanadi. Asosiy ishlab chiqarish ishchilarining sonini shuningdek, natural qiymatda aks ettiriluvchi rejadagi mahsulot hajmini ushbu mahsulotni tayyorlashning bir ishchiga mos keluvchi rejadagi normasiga bo'lish yo'li bilan ham aniqlash mumkin.

Belgilangan texnologiyalarda zarur bo'lgan xodimlar soni mahsulot chiqarish dasturi, ishchi vaqti sarfi normasi va belgilangan ish vaqti davomiyligi yordamida aniqlanadi:<sup>21</sup>

$$N_{xs} = \sum_{k=1}^n Q_k H_k / F_p$$

bu yerda:

<sup>21</sup> Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

$N_{xs}$  – mazkur guruhdagi xodimlar soni normasi;  
 $Q_k$  – har bir mahsulot turi bo'yicha rejadagi yillik hajm;  
 $N_{ik}$  – mazkur guruhdagi xodimlarning bitta mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi ish vaqti sarfi normasi;

$F_p$  – mazkur guruhdagi bitta xodimning yillik vaqt fondi.

Sexlardagi ishchilar soni vaqt normasi (bitta tayyor mahsulotga) bo'yicha yoki ishlab chiqarish normasi bo'yicha (belgilangan vaqt va ishlab chiqarish dasturi bo'yicha bir ishchining ish vaqti fondini hisobga olgan holda) aniqlanishi mumkin.

Ishchilar soni vaqt normasi bo'yicha quyidagicha aniqlanadi:

$$I_s = \sum_{k=1}^n Q_{ik} t_{ik} / T$$

bu yerda:

$I_s$  – bevosita ishlab chiqarishda band bo'lgan ishchilar soni, kishi;

$Q_{ik}$  – bir kunda tayyorlanuvchi k-turdagi mahsulot hajmi (na-tural ko'rsatkichda);

$T_{ik}$  – k-turdagi bitta mahsulot birligini tayyorlash uchun vaqt normasi (bitta ishchiga to'g'ri keladigan);

$T$  – ish kuni uzunligi.

Ishchilar soni ishlab chiqarish normasi bo'yicha quyidagi formulaga asosan aniqlanadi:

$$I_s = \sum_{k=1}^n Q_{ik} / H_{pv}$$

bu yerda:

$N_{ich}$  – bitta xodimning bir kunda ishlab chiqarish normasi.

Vaqtbay ishlovchi ishchilar soni mazkur tarmoq yoki korxonaga uchun belgilangan xizmat ko'rsatish normalari yoki ish joylari soni asosida aniqlanadi.

Muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarga ehtiyojni hisoblash korxonaga faoliyati maqsadlari, uni boshqarish tuzilmasi va sxemasi, xodimlar va ularning guruhlari bo'yicha lavozim yo'riqnomalari, korxonaning o'zida ishlab chiqilgan tarmoq bo'yicha norma va normativlardan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

### **Qisqa xulosalar**

Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni (kichik biznesni) bajarayotgan funksiyalariga, iqtisodiyotdagi o'rni, u faoliyat ko'rsatayotgan biznes muhitga va nihoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga bog'liq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillar (faktorlar)ni keltirib chiqaradi.

Kichik biznes korxonasini boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi turlicha boshqaruv funksiyalarini bajaruvchi, o'zaro bog'liq bo'lgan va bir-biriga bo'ysinuvchi bo'lim va bo'g'inlar tarkibini ifodalaydi.

Xodimlarni boshqarish korxonaga ayni paytda ehtiyoj sezayotgan yoki kelajakda ehtiyoj paydo bo'lishi mumkin bo'lgan xodimlar, korxonaga uchun zarur bo'lgan mutaxassislar sonini, ishga qabul qilish va mehnatga haq to'lash shartlari hamda kadrlar tayyorlash siyosatini aniqlashni nazarda tutadi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Kichik biznesni boshqarishni mohiyati nimada?
2. Kichik biznesni boshqarishni tamoillarini tushuntirib bering.

3. Kichik biznesni boshqarishni raqobot kurashida yengib chiqishdagi o'rni nimadan iborat?

4. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari nima?

5. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari nimalarga bog'liq?

6. Kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillar (faktorlar) qanday?

7. Kichik biznesni boshqarishga xos miqdori omillar (faktorlar) xorijiy davlatlarda qanday kriteriyada belgilanadi?

8. Kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan sifat omillar (faktorlar)ni xususiyatlarini tushuntiring.

9. Kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan miqdoriy omillar (faktorlar)ni xususiyatlarini tushuntiring.

10. Xodimlarni boshqarish tuzilmasi qanday faoliyat yo'nalishlarini qamrab oladi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Махмудов Э.Х. Корхона иқтисодиёти: Уқув қўлланма –Т.: Ўзбекистон ёзувчилар уюшмаси Адабиёт жамғармаси нашриёти, 2004.

2. Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

## IX BOB

### KICHIK BIZNES KORXONALARI BOSHQARUVINING TASHKILY TUZILISHI

#### 9.1. Kichik biznes korxonalari boshqaruvi strukturasi

Korxonaning gullab-yashnashi, raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashishida tashkiliy struktura muhim omil bo'lib qoladi.

“Struktura” so'zi lotincha bo'lib, narsalar tarkibiy qismlarining o'zaro bog'liq ravishda joylashishi, tuzilishini bildiradi. Korxonaning boshqarish strukturasi deganda boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va funksiyalarni bajaruvchi bir-biri bilan bog'langan turli boshqaruv organlari va bo'g'inlarining majmui tushuniladi. Hozirgi kunda kompaniyalarning o'z tashkiliy strukturasi qayta transformatsiya qilib, faoliyati va funksiyalarini iste'molchi talab-istaklariga to'la moslashtirishga harakat qilmoqdalar.

XX asrning 90-yillarida dunyodagi ko'pgina kompaniyalarda beqiyos darajada strukturaviy o'zgarishlar amalga oshirildi. Bunday o'zgarishlardan maqsad iste'molchilarga xizmat qilish darajasini oshirish, keraksiz boshqaruv bo'g'inlarini yo'qotish, yangi tovarlar kashf etuvchi va ishlab chiqaruvchi ishchi guruhlar tashkil qilishdan iborat. Ya'ni kompaniyada tashkiliy tizimni o'zgartirish tadbirlari o'tkazish orqali tez o'zgaruvchan muhitga moslashib, keskin raqobat kurashini yengib, korxonada samaradorligini oshirishdan iboratdir. Kichik biznes korxonasini bozor talabiga moslashishi uning vertikal tashkiliy strukturasi atroflicha tahlil qilishni talab qiladi. Tahlil asosida qayta tuzilgan struktura biznes faoliyatini yuqori darajada olib boradi, bozorning barcha subyektlari bilan doimiy aloqani ta'minlaydi. Korxonada boshqaruvining tashkiliy tuzilma (struktura)si - bu bo'limlar, ishlovchilar o'rtasidagi maxsus ishlab chiqilgan aloqalar va munosabatlarning yaxlit tizimini o'z ichiga oladi va uning doirasida ishlovchi odamlar oldiga qo'yilgan maqsadga eng samarali yo'l bilan erishish vazifasini bajaradi. Kichik biznes korxonasini samarali ishlashi uchun unga qaysi ixtisosdagi mutaxassislar qanday malakada, qanday shaxsiy fazilatlariga ega bo'lgan qancha odamni birlashtirishi kerakligini aniqlab olishi kerak.

#### 9.2. Kichik biznes korxonalari tashkiliy strukturasi o'zgarishi

Ko'pgina biznes korxonalarining tashkiliy strukturalari doimiy ravishda o'zgarib turadi. Bunday o'zgarishlar nafaqat vertikal boshqarish tizimini gorizontaal boshqarish tizimiga o'tkazish bilan kifoyalanaadi, balki ushbu strukturalar orqali biznes korxonalari bozorning barcha subyektlari bilan aloqa qilib, samarali biznes faoliyati olib borishi lozim. Tashkiliy strukturalar boshqaruv bo'g'inlari va boshqaruv bosqichlari shaklida bo'ladi. Korxonada tuzilmasida quyidagi elementlar ajratib ko'rsatiladi: rahbarlik va aloqa (gorizontaal va vertikal) o'rinlar (bo'limlar), darajalar (bosqichlar). Bo'lim bu tashkiliy jihatdan alohida, mustaqil boshqaruv tashkilotidir. Bo'lim (odamlar guruhi) tomonidan muayyan vazifaning bajarilishi uni shakllantirishning asosiy maqsadi hisoblanadi. Bo'limlar o'rtasidagi aloqalar gorizontaal tusga ega. Bosqichlar o'rtasidagi aloqalar bu vertikal bo'yicha aloqadir. Ular qo'yi darajalardan boshlab yuqori darajagacha erkin ifodalangan izchil bo'ysunish tusiga ega.

Har qanday, hatto kichik korxonada ham, yuqorida bayon etilgan tuzilma elementlarning hammasi mavjudligini aniqlash mumkin. Tadbirkor u tashkil etgan korxonaning mulkdori bo'lib, uning ishiga rahbarlik qiladi. Vertikal tashkiliy struktura bo'yicha unga uning xodimlari bo'ysunadi. Vertikal tashkiliy struktura o'zaro subordinatsiya asosida bog'langan bir necha boshqarish bosqichlaridan iborat. Boshqarish bosqichi iyerar-xiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo'g'inidir. Boshqarish bosqichlari bir boshqarish bo'g'inining ikkinchisiga, odatda quyi bo'g'inining yuqori bo'g'iniga izchillik bilan buysinishini ko'rsatadi, ya'ni vertikal struktura bo'yicha bo'linishidir. Ushbu barcha bo'g'in va bosqichlarning tarkibi va ularning o'zaro bo'ysinish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo'g'inining huquq va burchlari, shuningdek, ular o'rtasidagi munosabatlar tartibi, funksional bo'limlarini vujudga keltirish, axborot bilan ta'minlash kabi boshqarishning tashkiliy tomonlari vertikal boshqarish tizimini tashkil etadi. Bularni mazmun va muddatlariga ko'ra kelishib olish ishlab chiqarishning ko'pgina unsurlarini tutashtirish ishlarini turli xizmatlar bajaradi. Ayrim hollarda funksional xizmatlar o'rtasidagi bunday gorizontaal aloqalar juda cho'zilib ketadi, bir qancha bahs va nizolar bilan amalga oshiriladi va bu ishni muvofiqlashtirish juda qiyin kechadi.

Ma'lumki, biznes korxonalari tashkiliy bo'limlari funksional, geografik, tovar, bozor prinsiplari asosida yoki ularning birgalikda (kombinatsiya asosida) qo'llanilishi orqali tashkil topadi.

Hozirgi vaqtda samarali faoliyat olib borayotgan biznes korxonalari o'z tashkiliy strukturalarida iloji boricha kamroq boshqarish bo'g'inlaridan tashkil topib, o'z faoliyatlarida buyurtmalarni bajarish, yangi tovarlar kashf etish va ishlab chiqarishni rejalashtirish tovarlarni taqsimlash iste'molchilarga xizmat ko'rsatish kabi jarayonlarga katta e'tibor bermoqdalar.

Bu biznes korxonalarida boshqarish bo'g'inlarini qisqartirilib bir bosqichli boshqarish tizimini joriy qilinmoqda va boshqaruvchi (menedjer)lar sonini kamaytirmoqdalar.

Korxonaning turli vazifalarini (tashkilotchilik marketing, buxgalteriya va hokazo) bajarayotgan xodimlari o'rtasida gorizontaal aloqalar o'rnatiladi. Ular bevosita bo'ysunish tusida bo'lmaydi, lekin, ko'pincha korxonada turli ishlab chiqarish (amaliy) operatsiyalarining izchilligi va o'zaro bog'liqligini belgilaydi.

Aloqa tizimi barcha boshqaruv organlari o'z vazifalarini bir-birlari bilan mustahkam aloqada bajaradilar, degan ma'noni anglatadi. Aloqani yo'qotish - boshqarishni yo'qotish, degan ma'noni bildiradi. Aloqalar turli shaklda: chizikli (vertikal), funksional (gorizontaal), tarmoqli, mintaqaviy bo'lishi mumkin.

### 9.3. Kichik biznes korxonalari tashkiliy tuzilmalarining turlari

Kichik biznes korxonalari boshqaruv tuzilmalarining quyidagi tashkiliy turlari mavjud: **chizikli; chizikli-funksional; loyihalalanadigan va matritsali; venchur va firma ichki innovatsiyali.**

Boshqaruvni **chizikli** tashkil etish bevosita lavozim vazifalarini shu tariqa taqsimlash asosida quriladiki, bunda, har bir xodim firma oldida turgan vazifalarni bajarishga eng ko'p darajada yo'naltirilgan bo'ladi. Barcha vakolatlar to'g'ridan-to'g'ri (chizikli) belgilanadi. Ular yuqori boshqaruv bo'ginidan qo'yi boshqaruv bo'ginlariga qarab o'zgaradi.

Boshqaruv tuzilmasini **chiziqli-funksional** tashkil etish o'z ichida ham chiziqli, ham funksional boshqaruv elementlarini mujassamlashtiradi, ya'ni chiziqli boshqaruv maxsus yordamchi xizmatlar bilan mustahkamlanadi.

Loyihaviy tuzilma maxsus loyihani ishlab chiqish va unga rahbarlik qilishda qo'llanadi. U dasturiy-maqсадli deb ham nomlanadi. Matritsali yoki katakli tashkiliy tuzilma ana shu tuzilmaning takomili hisoblanadi.

**Loyihaviy tuzilma** - bu aniq vazifani hal etish uchun tashkil etiladigan vaqtinchalik tashkilotdir. U funksional bo'linma ichida tashkil etiladi.

**Matritsali tuzilma** loyihaviy tuzilmalarining rivoji (takomili) hisoblanadi. U taqsimlashning ikki turi: vazifalar bo'yicha va mahsulot bo'yicha taqsimlashning uyg'unlashuvidir.

**Venchor va innovatsiya tuzilmalari** loyihaviy (dasturiy-maqсадli) tashkiliy tuzilmalarining zamonaviy ko'rinishi hisoblanadi. Biznesda tavakkal ish innovatsiyalar, ya'ni yangi texnologiyalar, tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarishni tashkil etishda qo'llaniladi.

Menеjment haqidagi respublikamizda chop etilgan adabiyotlarda boshqarish strukturalarining tashkiliy turlari: chiziqli, chiziqli shtabli, funksional, chiziqli funksional, dasturi, maqsadli strukturalari haqida batafsil ma'lumotlar berilgan ularning ijtimoiy va salbiy tomonlari amal qilish yo'llari keltirilgan (M. Шарифхоўжаев, Ё. Абдуллаев Менежмент.: Дарслик. - Т.: Ўқитувчи, 2001.-702 б., Фуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.: Шарқ, 2002.)

Strukturaga o'zgartirishlar kiritish va uni almashtirish -bu jahon amaliyotidagi doimiy jarayondir. AQSh firmalarida, G'arbiy Yevropa va rivojlangan Sharq davlatlarida boshqaruv strukturasi o'rtacha 3-5 yilda almashtirib turiladi. Masalan, bozorga qadoqlangan tovarlar taklif qiladigan "KRAIT FOODS" kabi korxonalar odatdagi tovar va uni markazini boshqarishga asoslangan struktura o'rniga asosiy e'tiborni o'z iste'molchilariga qaratuvchi kombinatsiyalashtirilgan (aralash) strukturaga o'tmoqda.<sup>22</sup> Bunda korxonalar tashkiliy strukturalari asosan 3 ta ishchi guruhidan iborat bo'lib, birinchi guruh maqsadli segmentlarga iste'molchilarga xizmat ko'rsatadi. Logistika bo'limi vazifasini bajaruvchi uchinchi guruh mol yetkazib beruvchilar bilan optimal aloqani tashkil qilish natijasida tovarlarni o'z vaqtida yetkazib berishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, strategik integratsiya guruhi mavjud bo'lib, bu barcha ishchi guruhlar faoliyatini muvofiqlashtirib, kompaniyaning umumiy strategiyasini ishlab chiqadi, bozor sharoitini o'rganadi. Ayrim hollarda bunday tashkiliy strukturalarda odatdagi funksional bo'limlarni saqlab qolgan holda, ayrim bir biznes jarayonning pirovard natijalari uchun javob beruvchi ishchi guruhlar tashkil qilinadi, funksional bo'limlar ishlarini muvofiqlashtirib, keskin raqobat sharoitida korxonaning yuqori samaradorlik bilan faoliyat ko'rsatishi ta'minlanadi. Yuqorida ko'rsatilgan strukturaviy o'zgarishlarning bosh omili bozor talablariga tezlikda moslashib, biznesning barcha sohalarida raqobatchilardan ko'ra ustunlikka erishishdir. Masalan, LIMITED kompaniyasi ishlab chiqarayotgan mahsuloti - ayollar kiyim-kechagini iste'molchilariga bir

<sup>22</sup> Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.



necha oyda yetkazib beruvchi raqobatdoshlariga qaraganda o'zi ishlab chiqarib va bir necha hafta ichida iste'molchilarga yetkazib bermoqda. Bu kompaniyaga raqobat kurashida yuqori darajada ustunlikka erishishiga yordam bermoqda.

#### 9.4. Kichik biznesni zamonaviy tashkiliy strukturasi

Jahondagi ko'pgina biznes korxonalarining tashkiliy strukturasi biznes jarayoniga asoslangan bo'lib, unda odatdagi funksional va maxsus bo'limlar (kadrlar bo'limi, tadqiqot va marketing bo'limlari) saqlanib qolgandir. Biznes jarayonlar yangi tovarlar ishlab chiqarish qabul qilingan buyurtmalarni har taraflama qayta ishlash va boshqa strategik yo'nalishlardan iboratdir. Ushbu biznes jarayonlarga asoslangan tashkiliy struktura mustahkamlana borishi bilan ba'zi keraksiz boshqarish bo'g'inlari qisqartirila borilib, raqobat kurashiga chidamli, biznes—muhit moslashgan yangi mahsulot ishlab chiqaruvchi ishchi guruhlar tashkil qilinadi. Tashkiliy strukturani transformatsiyasi bozor sharoitida, raqobatchilarning o'zgarishi bilan doimiy ravishda amalga oshiriladi.

Funksional tashkiliy struktura va biznes jarayonga asoslangan tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy karakteristikalarini keltirish mumkin:<sup>23</sup>

- Biznes jarayonga asoslangan boshqaruv murakkab masalalarni hal qiluvchi yetarli tajribaga ega bo'lgan boshqaruvchilarni talab qiladi.

- Funksional tashkiliy struktura axborotlar yig'ish va tahlil qilish, tashqi auditoriyaga ta'sir etish mahoratiga ega bo'lgan xodimlar bo'lishini talab etadi.

- Biznes jarayonga asoslangan tashkiliy struktura, tomonlar o'rtasida o'zaro munosabatlar o'rnatish konfliktlarni bartaraf qilish, muzokoralar olib borish, axborot to'plashni boshqarish, ishchi guruhlarini tashkil qilish, o'qitishni yuksak mahoratda olib boradi.

- Bozor talabiga moslashgan kompaniya o'z e'tiborini tovarga yoki texnologiyaga emas balki iste'molchi xohishiga qaratadi.

- Funksional tashkiliy struktura xodimlari o'z sohasini chuqur va puxta biladigan, jarayon va hodisalarni tahlil qilish va baholash qobiliyatiga ega bo'lgan o'z tavsiyalarni himoya qila oladigan va boshqalarni unga ishonтира oladigan xodimlar bo'lishini talab qiladi.

- Funksional strukturadagi bo'limlar ishini pirovard natijalari uchun aniq va mas'ul xodimlar yo'qligi, funksional bo'limlar o'rtasida ish yuzasidan nizolarni bartaraf etish uchun kombinatsiyalashgan (aralash) boshqaruv strukturasiidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida keltirilganlarning barchasi biznes korxonalarining bozorning holatini bilishda, o'z iste'molchi va mol yetkazib beruvchilari bilan aloqasini yaxshilashda, bozordagi o'rnini, obro'sini ko'tarishda katta rol o'ynaydi.

Zamonaviy kichik biznes korxonalarini faoliyatida dolzarb muammolarni hal etishda bir necha boshqarish strukturasi tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etadi.

#### Qisqa xulosalar

Korxonaning gullab-yashnashi, raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga

---

<sup>23</sup> МаНба:Frederik .Wedster,Jr., The FutureRole of Marketing in the Organization.Cambridge, 1997, 39-66.

moslashishida tashkiliy struktura muhim omil bo'lib qoladi. Kichik biznes korxonalari boshqaruv tuzilmalarining chiziqli, chiziqli-funksional, loyihalalanadigan va matritsali, venchur va firma ichki innovatsiyali tashkiliy turlari mavjud. Strukturaviy o'zgarishlar nafaqat vertikal boshqarish tizimini, gorizontal boshqarish tizimiga o'tkazish bilan kifoyalanadi, balki ushbu strukturalar orqali samarali biznes faoliyati olib borishi lozim. Zamonaviy kichik biznes korxonalari faoliyatida dolzarb muommalarni hal etishda bir necha boshqarish strukturasini tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etadi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Kichik biznes korxonalari tashkiliy tizimlari qanday qoidalarga rioya etishi zarur?
2. Biznes korxonalarining vertikal tashkiliy strukturasining o'zgarishi qanday amalga oshiriladi?
3. Tadbirkorlik firmalari tashkiliy tuzilmalarining turlarini ko'rsatib bering.
4. Funksional tashkiliy strukturaning qiyosiy harakteristikalarini keltiring.
5. Biznes jarayonga asoslangan tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy harakteristikalarini keltiring.
6. Nima uchun bir necha boshqarish strukturasini tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etiladi?
7. Biznes korxonalarining tashkiliy strukturasini qanday o'zgartish (takomillashtirish) mumkin?
8. Xalqaro miqyosda mufaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan biznes korxonalari qaysi boshqarish strukturasini qo'llamoqda?
9. Respublikamizdagi kichik biznes korxonalari boshqarish tizimida qaysi strukturani qo'llash mumkin?
10. Biror bir korxonada misolida uni boshqarish strukturasini tushuntirib bering.

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Фуломов С.С. Тadbirkorлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма. - Т.: Шарқ, 2002.
2. Кревенс, Дэвид, В. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.
3. Джон Беоджерс Дэн Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.  
<http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>  
<http://www.business-strategy.com/info/about/>

## X BOB KICHIK BIZNESDA KADRLAR SIYOSATI

### 10.1. Ishchilarni ish joylariga joylashtirish

Bozor iqtisodiyotida qobiliyatli xodimlarni ishga olish birinchidan, kichik biznes korxonasining samarali ishlashini ta'minlaydi, ikkinchidan esa raqobat tavakkalchiligini kuchaytiradi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, yangi, tez rivojlanayotgan korxonalar faoliyatning birinchi yilida o'z xodimlarining yarmini yo'qotadi. Uchinchi yilning oxiriga kelib qo'nimsizlik 25% ga kamayadi, beshinchi yilga borib bu ko'rsatkich 10% ni tashkil etadi.<sup>24</sup> Birinchi yilda qo'nimsizlik yuqori bo'lishining sababi-xodimlar korxonaning kelgusidagi istiqbollarini (imkoniyatlarini) to'la tushunmasligi, shu jumladan o'zining kelajak istiqbolini to'la tasavvur eta olmasligidir. Tasodifiy ishchilarni ishga olish kichik biznesda juda ham xavfli bo'lib, bu korxonaga uchun zarar keltirishi mumkin. Ishchilarni to'g'ri tanlash uchun ikki xil ichki va tashqi chegara mavjud.<sup>25</sup> Ichki chegara - bu korxonaga tomonidan qabul qilingan va tadqiq qilingan me'yordir. Tashqi chegara - bu o'z ichiga qonunlashgan me'yorlarni, hujjatlarni oladi, masalan, mehnat va mehnatning sanitariya normalari. Kadrlar bo'limi vazifasi ishchilarni ishga yollash va mehnat rezervlarini saqlash bo'lib, u quyidagilarni o'z ichiga oladi: mutaxassislarni mas'uliyatli mansabga tanlash; ishchilarni mansabga yollash; ishchilarni ishdan bo'shatish.

Bu jarayon bir necha bosqichda amalga oshiriladi.

Birinchi bosqichda:

mansabga nomzod bo'lgan shaxslar haqida ma'lumot to'plash;

mutaxassislarni o'z ishini bajara olishini tekshirish;

mansabga har xil nomzodlarni qo'yib, solishtirish tahlilini o'tkazish va tanlash;

mansabga tayyorlash;

tekshirish uchun sinov o'tkazish muddatini aniqlash.

Ikkinchi bosqich - ishchilarni yollash - huquqiy ishga olish. Kichik korxonaga bilan ishlovchilari o'rtasidagi munosabatni "Mehnat qonunlari" boshqaradi.

Bunday huquqiy hujjatlarga;

- mehnat va jamoa shartnomalari;

- ish vaqtini va dam olish vaqtini reqlamentlash (ishlab chiqish);

- kafolat va mehnat ahloqi; mehnatni muhofaza qilish;

- kasaba uyushmalari; mehnat nizomlari; ish haqi haqidagi ko'rsatmalarni o'z ichiga oluvchi mehnat qonunlari to'g'risidagi kodeks kiradi.

Mehnat shartnomasi - bu kichik korxonaga bilan ishga olinadigan inson o'rtasidagi rozilik bo'lib, bunda ishga olingan odam korxonaning mehnat tartiblariga rioya qilgan holda o'z vazifalarini bajarishi kerak. Korxonaga esa unga mehnat qonuniga binoan ish haqi to'laydi va mehnat sharoitini ta'minlab beradi. Og'zaki va yozma

<sup>24</sup> Абдуллаев А., Айбешов Х. Бизнесни бошқариш сирлари. - Андижон, 2002.

<sup>25</sup> Кривенс, Дэвид, В. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.

holda mehnat shartnomasi tuziladi. Bitim va konkurs asosida ishga olinishga qarab mehnat shartnomalari ham turli xil bo'ladi.

Ish kuchini taqsimlashning uchinchi bosqichi - bu ishdan bo'shatishdir. Bu mehnat qonunlari va korxonaning ichki shartlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi. Ishchini bo'shatish uning xohishiga yoki ma'muriy boshqaruv ko'rsatmasiga binoan amalga oshiriladi. Agar mehnat shartnomasida ishchi bilan korxonada o'rtasida kelishilgan muddat tugagan bo'lsa, unda ishchi qonun asosida ishdan bo'shatiladi. Ma'muriy boshqaruv apparati ishchi ariza bermagunicha, uni ishdan bo'shatishga haqli emas. Mehnat shartnomasi bajarilmasa, ya'ni ishchining o'z ishiga noloyiqligi aniqlansa; tez-tez ishga kelmasa; ish joyida o'g'irlik qilsa, korxonada yopilsa va hokazolarda ma'muriy boshqaruv organi ishchini bo'shatishga haqlidir. Ishchilar potensialini saqlab qolish, mutaxassislar qo'nimsizligini kamaytirish, ishchi kuchi yetishmovchiligining oldini olish va tahlil qilish to'rtinchi bosqichida ko'rib chiqiladi. Barcha yirik chet el firmalarida ishga qabul qilish ko'p bosqichli, uzoq davom etuvchi jarayondir. Masalan, AQShning "Makkey Enviloup" firmasida ishga qabul qilish o'n bosqichda amalga oshiriladi.

## 10.2. Vazifalarning mansabga ko'ra taqsimlash

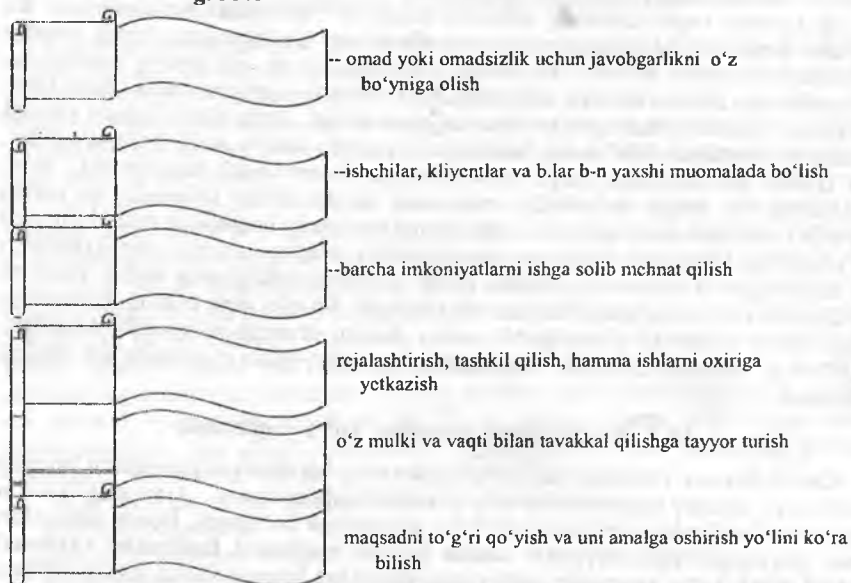
Kichik biznes ishchilar va xizmatchilarning ish faoliyatiga tegishli bo'lgan vazifalarni qanday taqsimlashni to'g'ri tashkil qilishi zarur. Umumiy faoliyat yurituvchi bo'limlar vazifalari bo'yicha guruhlariga bo'linadi. Bozor qonunlari amal qilayotgan iqtisodiyotda **sotish bo'limi xodimlari faoliyatini ratsional tashkil qilish** katta ahamiyat kasb etadi. Ko'pgina korxonalarda sotish bo'limi marketing xizmatining asosini tashkil qiladi. Shuning uchun uning qanday tashkil qilinishi marketing bo'limi strukturasi tanlashda asosiy mezon bo'lib hisoblanadi.

Xodimlarning yirik mijozlarga xizmat qilish, telemarketing, elektron kommersiyani yo'lga qo'yishni qay tarzda, olib borish samarali bo'lishini aniqlab olish lozim.

Agarda realizatsiya kanali kompaniya savdo personaliga nisbatan alohida bo'lsa, bu kanal uchun alohida struktura tuzish maqsadga muvofiqdir. Bunday hol yirik kliyentlarga xizmat qilinganida, telemarketing xizmatlari olib borilganida, alohida buyurtmalarni bajarganlarida vujudga keladi. Agarda buyurtmalar hajmi ko'p bo'lmasa, buni telemarketing xizmati bajarishi mumkin. Ko'p hollarda zakazlarni savdo agentlari ham, boshqa realizatsiya kanallari ham bajaradi. Bunday hollarda barcha strukturalarni - savdo personalini va agentlarning faoliyatini muvofiqlashtirish katta ahamiyatga egadir. Yirik buyurtmachilarga xizmat qilish dasturiga asosan alohida boshqaruvchi tayinlash, ularga xizmat qilishni muvofiqlashtirish lozim.

Yirik buyurtmachilarga xizmat qilish quyidagi yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin: yirik buyurtmachilarga xizmat qilishni boshqarmaga, ya'ni sotish bo'yicha vitseprezidentga yuklatish mumkin; yangi bo'lim tuzish mumkin; yirik buyurtmachiga xizmat qiluvchi maxsus shtat ochish mumkin.

## Muvaffaqiyat garovi



10.1-Rasm. Biznesda muvaffaqiyat garovi bo'lgan tadbirkorlik harakteristikasi

*Manba:* Джон Берджес.Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.

Ushbu variantlardan eng optimalini tanlash yirik buyurtmachilar soniga, kontrakt soniga, sotish va xizmat ko'rsatish tadbirlari miqdoriga bog'liqdir. Har bir bo'lim kichik biznes korxonasining boshqa funksional bo'limlari xodimlari bilan hamkorlikda faoliyat olib boradi. Bu hamkorlik yangi tovarlarni rejalashtirish, realizatsiya kanallarini muvofiqlashtirish, bahoni tahlil qilish ,strategik marketing rejalarini tuzish bo'yicha olib borilishi mumkin.

Kichik biznesda maqsadni to'g'ri qo'yish va uni qanday amalga oshirish yo'lini ko'ra bilish asosiy narsa hisoblanadi. Ish boshlashdan ilgari quyidagilarga tayyor bo'lishi kerak:

aniq va qisqa reja tuzish; mehnat jarayonining tashkil etilish samaradorligini ta'minlashning usul va yo'llari; nazorat tekshiruv me'yorlarini ishlatish. Vazifalarni taqsimlashning mohiyati shundaki, rahbar o'z qo'l ostidagilarga ba'zi bir masalalarni yechishda to'la harakat erkinligini berib qo'yadi, ya'ni, o'zining huquq-majburiyatining bir qismini ularga topshiradi, ammo to'la javobgarlikni rahbarning o'zi olib boradi. Vazifaning ma'lum qismini olgan ishlovchi mustaqil bir bo'lim bo'yicha mas'uliyatni o'ziga oladi va rahbar oldida uning uchun javob beradi, bu esa, o'z-o'zidan, xodimlarni mehnatga ijodiy yondoshishga safarbar qiluvchi omildir.

### 10.3. Kadrlar qo'nimsizligi va uni kamaytirish

Kadrlar qo'nimsizligi bu - ma'lum vaqt oralig'ida o'z xohishlari va ma'muriyat qarori bilan ishdan bo'shagan ishchi-xizmatchilar sonining tekshirilayotgan vaqt oralig'ida (bir oy, bir kvartal, bir yil) korxonadagi ishlovchilarning o'rtacha umumiy sonidagi salmog'idir. Bu ba'zi bir salbiy oqibatlariga olib keladi jumladan, yangi ishlovchini qabul qilish va o'qitish bilan bog'liq qo'shimcha xarajatlar qilish zaruratini keltirib chiqaradi.

Kadrlar qo'nimsizligi muammosi insonning o'z mehnatiga ko'nikishi bilan bog'liq bo'lib, u ikkita masala yechilishini talab qiladi, birinchisi insonning aniq bir korxonadagi mehnat sharoitiga moslashishi, ikkinchisi mehnat sharoitining inson talabiga moslashishi. Kadrlarni saqlab qolish uchun ishlovchi ishdan qoniqish olishi va ushbu korxonada ishlashni xohlashi lozim. Inson, odatda o'z ishidan qachonki, qilayotgan ishi o'zining xizmat vazifasi (egallagan lavozimi), oladigan maoshi uni qanoatlantirsa va jamoada o'zini qulay sezmagina mamnun bo'ladi. Kadrlar qo'nimsizligini kamaytirish ishchilar ish joylarini kengaytirish; mehnatni sifat jihatdan boyitish; ish vaqtini moslashuvchan shaklda tashkil etish; mehnat gigiyenasini yaxshilash; yuqori sifatli va unumli mehnat uchun mehnatga haq to'lashning ilg'or usullarini qo'llash va boshqa rag'batlantirish tadbirlarini amalga oshirish; ishlovchilar o'rtasidagi mehnat mojarolarini oqilona hal etish orqali amalga oshirilishi mumkin. Kadrlar qo'nimsizligini kamaytirishda xorijiy davlatlar, ayniqsa Yaponiya tajribasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Ishchi tez-tez ish joyini o'zgartirishi qattiq qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab o'z kompaniyasiga juda sodiq bo'lishadi. Natijada ishchilarning tajribasi va malakasi juda yuqori bo'ladi, bu esa o'z navbatida mehnat unumdorligining o'sishiga, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarilishiga olib keladi. Bozor iqtisodiyoti tizimida mehnat uchun taqdirlanish mehnatga bo'lgan qiziqishni anglatadi va unga bo'lgan talab va taklif bilan aniqlanadi.

Kichik biznes korxonasi o'zining xodimlari uchun maoshdan tashqari qo'shimcha imtiyozlar ham berishi lozim. Bular: mukofot ko'rinishidagi aksiya, qimmatbaho qog'ozlar, oylik mukofotlar; qo'shimcha imtiyozlar, ya'ni pulsiz (qisman pullik) xizmat ko'rsatish majmualari tashkil qilish: ijtimoiy ta'minlash xizmatlari, mehnatga yaroqsizlik mehnatning salomatlikga zararliligiga to'lanadigan qo'shimcha to'lovlar, sug'urtalash, moddiy yordam ko'rsatish; oshxonalarda ovqatlanishga haq to'lash; bolalarni bog'chalarda bo'lishiga pul to'lash; transport va sog'lomlashtirish xarajatlari uchun qo'shimcha to'lovlar; uy-joy ajratish va boshqalar. Taqdirlashlar, har xil shakllarda haq to'lash korxonaning xarajatlarini ko'paytirib yuboradi. Ammo, ishlovchilarning samarali mehnati hisobiga keladigan samara bunday xarajatlarni bir necha barobar qoplashi mumkin.

Shuni ta'kidlash lozimki, kadrlar masalasi 2004-2005 yillarda kichik tadbirkorlikni rivojlantirish Dasturiga kiritilgan edi. Shu bilan birgalikda-tadbirkorlik faoliyati sohasiga aloqasi bo'lgan (hamda aloqasi bo'lishni istagan) barcha kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini shakllantirish yo'nalishi bo'yicha bir qator ishlar ko'zda tutilgan edi. Unda faqat kutilayotgan ko'rsatkichlarga emas, balki zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etgan holda o'qishning yangi uslublarini tatbiq etish mexanizmlari belgilab berilgan edi.

2005 yilning oxiriga kelib, respublikadagi biznes-inkubatorlar tarmog'i kichik biznesga mutaxassislar yetkazib berishga katta xissa qo'shmoqda. 36 ta biznes-inkubatoridan iborat tarmoqda 4 mingdan ortiq ishchi o'rniga ega bo'lgan 500 ta kichik korxonada inkubatsion davrlarini o'tmoqda.

Biznes-inkubator subyektlari tomonidan 2,1 mlrd. so'mlik mahsulot ishlab chiqarilgan. Biznes-inkubatorning bitta korxonada subyektiga 4,2 mln. so'mlik ishlab chiqarilgan mahsulot (ish, xizmat) to'g'ri keladi. Biznes – inkubatorlar uyushmasi tomonidan Vazirliklar, idoralar, tashkilotlar, korxonalar ishlab chiqaruvchilar ko'magida mahalliy hamda chet el uskunalarining reklama – axborot kataloglarining elektron va boshqa shakllari nashr etildi. Kataloglar mahalliy ishlab chiqaruvchilarning 400 dan ziyod uskunalari, mini texnologiyalar mavjud vositalarining turlarini va komplektlarini o'z ichiga oldi.

### **Qisqa xulosalar**

Bozor iqtisodiyotida qobiliyatli xodimlarni ishga olish birinchidan kichik biznes korxonasining samarali ishlashini ta'minlaydi, ikkinchidan esa raqobot tavakkalchiligini kuchaytiradi. Kadrlar qo'nimsizligi muammosi insonning o'z mehnatiga ko'nikishi bilan bog'liq bo'lib, u ikkita masala yechilishini talab qiladi, birinchisi insonning aniq bir korxonadagi mehnat sharoitiga moslashishi, ikkinchisi mehnat sharoitining inson talabiga moslashishi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Ishchilarni ish joylariga joylashtirishning kichik biznes tadbirkorligidagi ahamiyatini tushuntiring .

2. Ishchilarni ishga yollash va mehnat rezervlarini saqlash qanday yo'l bilan olib boriladi?

3. Vazifalarning mansabga ko'ra taqsimlanishi ahamiyatini tushuntiring.

4. Kadrlar qo'nimsizligi bilan bog'liq xarajatlarni kamaytirish uchun amaliyotda qanday usullar qo'llaniladi?

5. Kadrlar qo'nimsizligi muammosini qanday hal qilish mumkin?

6. Mehnat marketingining kichik biznes tadbirkorligidagi ahamiyatini tushuntiring .

7. Biznesda muvaffaqiyat garovi bo'lgan tadbirkorlik harakteristikasi qanday?

8. Mahalliy biznes inkubatorlar kadrlar qo'nimsizligi muammosini qanday hal qilishi mumkin?

9. Nima uchun kichik biznesda kadrlar qo'nimsizligi yuqori?

10. Kichik biznesda qanday huquqbuzarliklar ko'p uchraydi?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Фуломов С.С. Тadbirkorлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма. -Т.: Шарқ, 2002.

2. Абдуллаев А., Муфтайдинов Қ., Айбешов Х. Кичик бизнесни бошқариш. Дарслик. - Т.: Молия, 2003.

## XI BOB KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH PSIXOLOGIYASI

### 11.1. Biznesning axloq me'yorlari, tadbirkorlik etikasi

Bozor iqtisodiyoti sharoiti rahbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlikni boshqaruv uslublarini takomil lashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari asosan ongli ravishda muayyan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Bu faoliyat davomida manaviylik me'yorlariga, ya'ni tadbirkorlik etikasiga amal qilish maqsadga muvofiqdir.

**Biznes etikasining asosiy qoidalariga** quyidagilar kiradi: qonunni hurmat qilish, to'g'rilik o'z so'ziga va tuzilgan shartnomaga javob berish, ishonchlilik ishonch va ijtimoiy javobgarlik hech qachon va hech qanday sharoitda o'z xizmatchilarini, buyurtmachilarni, hissadorlarni, rahbarlarni, mol yetkazib beruvchilarni, nazorat qiluvchi idoralarni aldamaslik majburiyatlari va boshqalar.

Taraqqiy topgan davlatlarda, ayniqsa Yaponiya va AQSHda firmalarning "etika kodeksi" va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining "ishbilarmonlar kodeksi" keng qo'llanadi. Ularni sex etikasi kodeksi deb ham atash mumkin. Ushbu kodekslarga binoan u yoki bu tarmoq firmalari bir xil etika o'Ichovlarini qo'llaydilar. Bunday kodekslar raqobatchilarning etikaga xilof hulqlarini aniqlashni osonlashtiradi. Ishbilarmon biznes kodeksining asosiy qismlaridan biri ishbilarmon va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlar hisoblanadi.

Eng birinchi "Biznesmen kodeksi" amerikaliklar tomonidan 1913 yilda ishlab chiqilgan bo'lib, unda yettita ish yuritish qoidasi qabul qilingan. Bu qoidalar bitta asosga jamlangan bo'lib, bu biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda ularning haqiqat va adolatlilik tushunchalariga mos kelishi bilan belgilanganidir.

Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan.

### 11.2. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish

Tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyati ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmog'i, ya'ni jamoada axloqiy-ruhiy muhitni qaror topshirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni boshqarishga qaratish, boshqaruvdagi odamlarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, odamlardagi "boqimandalik" ruhiyatiga barham berish, ishda har xil mojarolar kelib chiqishiga yo'l qo'ymaslik, mehnat intizomiga katta rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor rahbar faoliyatining mazmuni - uning boshqarish san'atini nechog'lik egallagani, ya'ni odamlarni jamoaga uyushtirish, ishlarni rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayriboshlash, boshqarishni o'quv bilan tashkil etish kabi mezonlar bilan ham izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, odamlarning moddiy va manaviy ehtiyojlarining qondirib borilishi, uning guruhi, jamoa jamiyat oldida mas'uliyat, burch tuyg'usini chuqur xis qilishi muhim ahamiyatga ega. Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan talab qilinadigan xislatlardan eng asosiysi bo'lib, uning o'z qo'l ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat o'rnatish, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhitni yaratishidir.

**Yaponiyaning boshqarish uslubi** ana shu tamoil asosiga qurilgan. Yaponlarning boshlang'ich ijtimoiy sharoiti shundayki, ular ishchini ijtimoiy himoya qilish bilan



birga manaviy tarbiyalab borishadi, inson psixologiyasidan to'g'ri foydalanishadi, ishchini ishga tayyorlash jarayonida xalqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llashadi, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlarini va qat'iylikning o'rgatishadi. Mahsulot ishlab chiqarish bilan uning sifatini nazorat qilish jarayoni hech qachon ajratilmaydi yoki bir-biriga qarama-qarshi qo'yilmaydi. Ularning fikricha, nazoratni kuchaytirish yoki nazoratchining huquqini kuchaytirish bilan yuqori sifatli mahsulot olib bo'lmaydi. Vaxolanki, mahsulot sifatini tayyor bo'lgandan keyin emas, aksincha uni tayorlash jarayonida, har bir bajarilgan ishdan so'ng nazorat qilish kerak. Nazoratchining asosiy vazifasi sifatsiz mahsulot ishlab chiqarayotgan ishchini topib, uni jazolash emas, balki uning sababini izlashdan va bartaraf qilishdan iborat bo'lishi kerak. Mana shu uslubni yaponlar to'g'ri yo'lga qo'yanligi sababli har bir ishchi o'z-o'zini nazorat qilishga o'rgangan va doimo o'z ustida izlanishlar olib boradi. Kompaniyalarda sifat guruhleri tashkil qilingan.

Bizda ham har bir tadbirkor rahbar ish joylarida mana shunday uslubni tashkil qila olishi kerak. Shundagina sifatsiz mahsulot sonini kamaytirib, yuqori darajada samara olishga erishish mumkin. Shundagina kichik biznesda ishlab chiqarishni kengaytirmasdan, ishchilar sonini o'zgartirmasdan ko'plab mahsulot olishga erishish mumkin.

### 11.3 . Sheriklar o'rtasidagi va xizmat yuzasidan munosabatlar

Tadbirkorning sheriklari bilan munosabatlari qanchalik to'g'ri to'zilganligi biznesdagi muvaffaqiyatni belgilaydi. Sherik deb, biror bir birgalikdagi faoliyatning ishtirokchisiga aytiladi. Tadbirkorning sheriklari bilan aloqalarini mustahkamlashda quyidagilar katta ahamiyatga ega: umumiy g'oyaga qiziqqan va ularni amalga oshirishga tayyor bo'lgan sheriklar bilan aloqa o'rnatish; boshliq bilan tuzilgan kelishuv (kontrakt) shartlariga qattiq rioya qilinishi; haq to'lash shartlari; ijtimoiy imtiyozlar (berilgan bo'lsa); korxonada boshqarilishidagi ishtiroki; yil natijalari bo'yicha dividendlar to'lash shartlari; ishdan bo'shagandan o'z ulushini olish va hokazolalar ta'minlanadi.

Tadbirkor rahbar tashkilotchiligi - mehnat jamoasini uyushtirish, jipslashtirish, ishlab chiqarish va tarbiyaviy jarayonlarga o'rsatish, guruh faoliyatini oliy maqsadlarga qarata olish qobiliyati kabi masalalarni qamrab oladi. Tadbirkor rahbar jamoani moddiy va manaviy ne'matlar ishlab chiqarishiga rahnamolik qilar ekan, shuni unutmaslik kerakki, odamlar bir-birlari bilan o'zaro munosabatda, bir-birlariga har jihatdan muhitoy, shaxsiy ehtiyoj va maqsadlarga egadirlar. Shu bois har qanday tadbirkor-rahbarni eng avvalo insoniy qadriyatlariga diqqat-e'tiborini qaratmog'i lozim bo'ladi.

G'arb olimlaridan Robert Ryukert (Robert Reukert) va Orbula Yokep (Orvill Walker) hamkorlikning quyidagi prinsiplarini taklif qiladilar: <sup>26</sup>

- Mavjud tashkiliy struktura va jarayonlar resurslarini bir bo'limdan ikkinchi bo'limga o'tishini ta'minlasa, hamkorlik samarali bo'ladi.

- Hamkorlik, turli funksional bo'limlarning faoliyatini muvofiqlashtiruvchi mexanizm bo'lib, konfliktlarni gorizontal bosqichda yechish qoidasi va amaliyotini o'zida mujassamlashtiradi. Lekin, doimiy ravishda konfliktlarni vujudga kelishi va uni yechish faoliyat samarasini pasaytiradi.

<sup>26</sup> Кревенс, Дэвид, В. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.

Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatni mustahkamlashda quyidagilar katta ahamiyatga ega:

- muammoli ishga taalluqli masalalar muhokama qilinadigan suhbat va uchrashuvlarni muntazam o'tkazib turish;
- ishchi va xizmatchilarning firma ishini muhim masalalarini muhokama qilish va yechishga kengroq jalb qilish;
- firma bo'linmalarining boshliqlari bilan muntazam ravishda muloqot lozim.

**Mijozlar bilan munosabatlar.** Kichik biznesda mijozlar bilan munosabatga muhim ahamiyat berish lozim.

Kichik biznes mijoz sifatida, dallollik idorasi, birja, tayyorlov tashkiloti qayta ishlovchi korxonasi, shuningdek mahsulotlarning doimiy buyurtmasi yoki haridori bo'lgan ayrim shaxslar gavdalanishi mumkin. Mijoz kim bo'lishidan qat'iy nazar: tashkilotmi, korxonami, firmami yoki yakka shaxsmi - avvalo tadbirkor oldida o'z muammolari bilan murojaat qilayotgan inson ekanligini esda to'tishi lozimdir.

Tadbirkorning vazifasi - mijozni o'z qo'liga olib uni ushlab qolmoq. Har bir tadbirkor (yakka shaxs yoki korxonasi) shu maqsadda o'z ishini mijozga bag'ishlamog'i kerak. Bu maqsadga erishishda quyidagilarni ta'minlash zarur:

- har doim o'zini mijoz o'rniga qo'yishi;
- qog'ozbozlikka yo'l qo'ymaslik;
- haridorlar bilan tovar sotilgandan so'ng ham aloqani uzmaslik.

### **Qisqa xulosalar**

Insonning har qanday faoliyati, shu jumladan ishbilarmonlik ham, etika va huquqiy o'lchovlari bilan baholanadi.

Tadbirkor bo'lishga axd qilgan kishi, o'zining imkoniyatlari, qobiliyatlari, shu jumladan o'z izlanuvchilik qobiliyatini aniq o'lchay bilishi kerak. Biznes - bu ishni chuqur bilish, kundalik tinimsiz mehnat, bir me'yordagi iqtisodiy sharoitdagi yuz beradigan doimiy raqobat, unga faqat o'z ishining ustasigina turib bera oladi.

Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan talab qilinadigan xislatlardan eng asosiysi bo'lib, uning o'z qo'l ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat urnatish, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muxitni yaratishidir.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Biznesning ahloq me'yorlari deganda nimani tushunasiz?
2. Tadbirkorlik etikasi deganda nimani tushunasiz?
3. Ishbilarmonlarning o'n nasihatiga izoh bering.
4. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish uchun qanday umum-ijtimoiy sifatlar zarur?
5. Sheriklar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni mustahkamlashda nimalarga ahamiyat berish kerak?
6. Xizmat yuzasidan munosabatlarni takomillashtirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
7. Mijozlar munosabatlarni takomillashtirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?

8. Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan qanday xislatlardan talab qiladi?  
12 Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatni mustahkamlashda nimalarga katta ahamiyat berish kerak?

13 G'arb olimlaridan Robert Ryukert (Robert Reukert) va Orbula Yokep (Orvill Walker) hamkorlikning qanday prinsiplarini taklif qiladilar?

#### **Asosiy adabiyotlar**

1. Абдуллаев А., Муфтайдинов Қ. Айбешов Х. Кичик бизнесни бошқариш: Дарслик.- Т.: Молия, 2003.

2. Джон Берджес. Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997

3. Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.

4. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/html>

## XII BOB KICHIK BIZNESNI AXBOROT BILAN TA'MINLASH

### 12.1. Axborotlarni yig'ish va tahlil etish

Kichik biznesdagi eng asosiy masalalardan biri - axborot bilan ta'minlashdir. Har kuni ma'lumotlar oqimi yig'iladi va u undan to'g'ri foydalanish biznes menejerlari uchun shart. Birinchi navbatda u qanday ma'lumot kerakligi; uni qayerdan olish mumkinligi; qanday qilib uni to'plash, qayta ishlash va saqlash kerakligi, qanday dalillar tekshiruvga muhtojligini bilishi kerak, mo'ljallayotgan sherik va mijozning ishonchlik darajasi qanday.

Korxonaga o'z mahsulotlarini kirgiza olgan bozor va u yerdagi insonlarni to'liq o'rganib chiqsagina, u bozorga moslasha oladi. Ushbu masalalarning yechimi mazkur axborotlar yig'ish va operativ ravishda tahlil qilishdan iborat. Korxonaning barcha funksiyalarini natijaviyligini ko'rsatuvchi samarali axborotlar yig'indisini ishlab chiqish ancha og'ir.

Axborotni yig'ish, ishlov berish va tahlil qilishga ketadigan xarajatlar yetarli darajada yuqori, shuning uchun kerakli axborotni olish bilan bog'liq afzalliklar unga ketadigan sarf-xarajatlar bilan mutanosib bo'lishi kerak. Axborot, odatda, ikki toifadan biriga kiradi: tashqi va ichki manbalardan doimiy tarzda kelib turadigan axborot va zaruriyatga qarab ma'lum bir muammo yoki nostandart vaziyat yuzaga kelganda so'raladigan axborot. Birinchi toifaga sotuv va xarajatlar hajmi tahlilining natijalari, bozor ulushining baholanishi, shuningdek iste'molchilarni qoniqtirish darajasining tekshiruvlari kiradi. Ikkinchi toifa yangi mahsulotlar konsepsiyalarini testdan o'tkazish natijalarini, iste'molchilar hoxishidagi savdo markalarining tadqiqoti, shuningdek reklamaning samaradorligi tahlilini o'z ichiga oladi.

Korxonaga rahbariyatiga bir nechta turdagi axborotga kerak bo'lishi mumkin.

1. Ichki axborot tizimi har qanday strategik baholash dasturining asosini aks ettiradi. Bunday tizimlar sotuv va xarajatlar to'g'risidagi dastlabki hisobotlardan boshlab o'ta murakkab marketing axboroti kompyuter tizimlarigacha turlanadi.

2. Standartlashtirilgan axborot xizmatlari obuna bo'yicha yoki bir marta sotib olish uchun axborot beradi, uning bahosi, odatda, maxsus tekshiruvni o'tkazish bahosidan pastroq bo'ladi. Shunga ham qaramasdan, bunday xizmatlar yetarli darajada qimmatga tushadi. Standartlashtirilgan axborot nashr ko'rinishida va elektron formatda bo'ladi.

3. Marketing bo'yicha boshqaruvchilarga maxsus tadqiqotlarni o'tkazish zarur bo'lib qolishi mumkin. Misol uchun distribyuterlarga ishlab chiqaruvchining xizmatlari haqidagi fikrlarini o'rganib chiqish.

1. Mudofaa tashabbus tizimi kichik korxonaga chiqadigan bozorlariga ta'sir qiladigan tekshirib bo'lmaydigan tashqi omillarni kuzatib borish va oldindan belgilashga qaratilgan. Bunday tizimlarning imkoniyatlari axborot yig'ilishining standart jarayonlaridan boshlab tashqi muhitni ovozlashtirib kuzatib borishgacha turlanadi.

### 12.2. Maxfiy axborotlar

Axborotlar yig'ish va tahlil qilish jarayonidagi muhim vazifa kichik korxonaning maxfiy ma'lumotlarini saqlash hisoblanadi. Fortune 100 ro'yxatidagi 75% ga yaqin kompaniyalar "so'nggi besh yilda kompyuter orqali mijozlar, ishlab chiqarish sirlari va yangi tovarlarni ishlab chiqishga oid rejalarni to'g'risidagi axborotga berushtan erishish harakatlarining soni ko'payib ketgan" ligini ta'kidlashadi. Bunday holatlar

ko'payishining sabablari sifatida kompyuter texnologiyalarining rivojlanib ketganligi va o'z kompaniyalari xodimlarining sadoqati pasayganligi ko'rsatilgan. Kompaniyaning yopiq axborotiga beruxsat erishish to'g'risidagi ma'lumotlar tasdiqlansa, kompaniya maxfiy ma'lumotni himoyalash uchun kerakli ehtiyot choralarini ko'rganligini namoyish etishi lozim.

Har bir tijorat firmasida ovoza qilinmaydigan ma'lumotlar bor. Bunday ma'lumotlarga quyidagilar kiradi:

konstruktorlik texnologik turli "nou-xau", ixtirolar loyihalari, firma namoyondalari, alohida shaxslar bilan bo'lgan muzokaralarning natijalari, tijorat bitimlarining ba'zi tafsilotlari.

Tabiiyki, bunday ma'lumotlarni raqobatchilardan alohida qo'riqlanadi va joylarda saqlab, sir tutish kerak.

Firma uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarning yig'ilishiga qarab ularni himoya qilishning turli usullarini qo'llash kerak. Shuning uchun har bir firmada ma'lumotlarni himoya qilish tizimini tashkil qilish kerak

### **12.3. Axborotlarni himoya qilish**

Sirli ma'lumotlar oqimini yo'qotish uchun ularni himoya qilishning turli tizimlari yaratildi. Himoya vositasining murakkabligi mavjud ma'lumotlarning aniq qiymatiga bog'liq. Eng sodda usullardan biri ma'lumotlar saqlanadigan shkaflarni berkitish uchun qulflardan foydalanish. Eng ishonchli usullardan biri - ma'lumotlarni seyflarda saqlash. Kompyuterlarda joylashgan ma'lumotlar yashirin so'z (parol') va shifrlar bilan himoya qilinadi. Yashirin so'zlarni qo'llash ma'lumotlarni egallashni chegaralaydi. Shifrlash hattoki nusxa ko'chirishda ham ma'lumotlarga kirib borishga yo'l bermaydi. Firmaga programmalovchilarni jalb qilib, tuzilgan programmalarda ko'pincha ma'lumotni yetarli darajada ishonchli himoya qilishga yo'l bermaydigan tasodifiy sonlar ko'rsatgichi ishlatiladi. Shuning uchun biznes bilan shug'ullanishning dastlabki davrida ma'lumotlarni himoya qilish muammolarini mustaqil hal qilish tavsiya etiladi. O'ta muhim ma'lumotlarni himoya qilish uchun yuqori malakali maxsus mutaxassislar xizmatiga murojaat qilish kerak.

#### **Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini axborot bilan ta'minlash masalalari.**

Tadbirkorlik subyektlarini axborot bilan ta'minlash ichki va tashqi bozor kon'yunkturasi, tenderlar, birja va auksion savdolar bo'yicha ma'lumotlar, boshqa axborotdan xabardor qilish maxsus byulletenlar, ommaviy axborot vositalardagi chiqishlar, shuningdek, Respublika Savdo Sanoat palatasining faoliyat ko'rsatayotgan 240 mingta xo'jalik yurituvchi subyektlar hamda 26 mingta nomdagi tovar va xizmat haqidagi ma'lumotni o'z ichiga olgan ko'p tarmoqli "MAROQAND" axborot tizimi orqali yo'lga qo'yilgan. Ushbu tizimning portalini 20 ta mamlakatdan 500 dan ziyod chet el kompaniya va firmalari ziyorat qilishdi. Birjalar bilan hamkorlik qilish istagidagi kichik biznes subyektlari o'zlari chiqaraeyotgan mahsulotlarni Internetda tavsiya etish uchun beminnat imkoniyat berilyapti.

Lekin, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini axborot bilan ta'minlash hozirgi kunda talab darajasiga javob bermaydi, ayniqsa viloyat va hududlardagi, qishloq joylardagi tadbirkorlar ko'plab axborotlardan bexabar qolishmoqda.

## **Qisqa xulosalar**

Kichik biznesdagi eng asosiy masalalardan biri - axborot bilan ta'minlashdir. Kichik biznes korxonalarida ish yuritish -bu hujjat tuzish, rasmiylashtirish, ularni ko'paytirish, qabul qilish, jo'natish va ro'yxatga olish, ularning bajarilishini tekshirish, shuningdek zarur hujjatlarni izga solish va qayta ishlangan hujjatlarni aynan firmaning o'zida saqlash kabi ishlar majmuidir.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Axborotlarni to'plash ahamiyati qanday?
2. Axborotlarni saqlash qanday amalga oshiriladi?
3. Kichik biznesda ish yuritish asoslari nimadan iborat?
4. Biznesmenning tashrif qog'ozi nima?
5. Sheriklar qidirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
4. Tijorat firmasidagi maxfiy axborotlar qanday saqlanadi?
5. Kichik biznes korxonalarida axborotlarga ehtiyoj qanday qondiriladi?
6. O'ta muhim ma'lumotlarni himoya qilish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
7. Ovoza qilinmaydigan ma'lumotlar nimadan iborat?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес. -Т.: Шарқ,2002
2. . Джон Берджес.Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.
3. Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.
4. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/html>
5. <http://www.business-strategy.com/info/about/>

## XIII BOB

### KICHIK BIZNESNI MOLİYALASH VA KREDIT BILAN TA'MINLASH

#### 13.1. Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati

Moliyaviy resurslarni samarali boshqarish korxonada foydasini oshirishga, hamda uzoq muddatli investitsiyalarni jalb qilishni ta'minlaydi. Kichik korxonada moliyaviy menejerining vazifasi - normal ishlab chiqarish jarayonini va investitsion faoliyatni ta'minlaydigan, eng samarali moliyalashtirish manbasini tanlash.

Har bir korxonada, firma yoki korporatsiyani qayerdan pul olib va ularni qanday qilib samarali ishlatish savoli qiziqtiradi.

Eng avvalo pul "biznesni" yurgizish uchun kerak. Biznesmenning odatda o'z mablag'i yetarlicha bo'lmaydi va qarzni olishga majbur bo'ladi. Qarzni olish natijasida tadbirkorning potentsiali oshadi. Lekin bu yerda 2 ta yo'l mavjud: u foyda keltirishi mumkin (qarzni mablag'larining olib kelayotgan foydasi, olingan qarzni mablag'lariga to'lanayotgan foizdan yuqori bo'lsa), lekin u zarar ham keltirishi mumkin. Axir ba'zi paytida rivojlanishning susayishi ham bo'lishi mumkin, ishlab chiqarish vositalari va uskunalarni yangilash, ba'zi paytlarda esa ishlab chiqarish yo'nalishi o'zgartirib, uskunalarni yangilash kerak bo'ladi.

Kichik biznesning moliyaviy resurslarini moliyaviy sarmoyalar va moliyaviy zaxiralarda tashkil qiladi. Moliyaviy zaxiralarni kichik biznes korxonasi ixtiyorida bo'lgan pul vositalari tashkil qiladi. Pul mablag'lari mol yetkazib beruvchilar, vositachi va moliyaviy xizmatlar, savdo-sotiq xizmatlari, investitsiya va innovatsiya loyihalari uchun sarflanadi. Moliyaviy mablag'larni yetishmasligi kichik biznes istiqbolini, faoliyatini chegaralaydi va sinishiga olib keladi. Xo'jalik faoliyatini rivojlantirish uchun ishlatiladigan moliyaviy zaxiralarda (xom-ashyo sotib olish, yarimtayyor mahsulotlar, mehnat uskunalari, ishchi kuchi) pul ko'rinishidagi sarmoyadir.

Moliyaviy sarmoya qarzga beriladi va aylanib foyda bilan investorga qaytib keladi, moliyaviy zaxiralarda sarmoyasi qo'shimcha foyda keltirishi uchun u ko'prok aylanishi kerak. Yiliga sarmoya qancha ko'p aylansa investor yillik daromadi shuncha ko'p bo'ladi.

Moliyaviy zaxiralarda sarmoyasini tarkibiga shuningdek asosiy fondlar, aylanma fondlar, muomila fondlariga qo'yilgan pul mablag'lari kiradi. **Asosiy fondlar** - mehnat qurollari, bino, qurilma, texnika vositalari va boshqalar yig'indisining qimmatli ko'rinishi. U moliyaviy ko'rinishini o'zgartirmasdan ishlab chiqarish va xo'jalik korxonada chegarasida faoliyat ko'rsatadi hamda o'z qiymatini qaytadan yaratilgan mahsulot qiymatiga o'tkazadi. **Aylanma fondlar** - korxonada ishlab chiqarish fondining bir qismini tashkil qiladi. U bir ishlab chiqarish davrida (siklida) ishlatiladi va o'z qiymatini ishlab chiqariladigan mahsulotga to'laligicha o'tkazadi. **Muomila fondlari** tayyor mahsulotni iste'molchilarga yuborilgani, lekin to'lanmagani, bank va kassa hisobidagi pul mablag'ini o'z ichiga oladi.

**Nomoddiy aktivlar** - fizik xususiyatlarga ega bo'lmagan, ammo korxonada aktivga qo'shiladigan patentlar, litsenziyalar, nou-xou, avtorlik huquqlari va boshqa intellektual mulkdan iborat bo'lib, o'zining dastlabki narxini yo'qotadi va vaqt o'tish mobaynida foyda keltiradi. **Nomoddiy vositalarni** sotib olishni tovar va mahsulot sotishdan, ish bajarish va xizmatdan kelgan foyda hisobiga hamda bank krediti, jismoniy yuridik shaxslarni qaytarilmaydigan badallari hisobiga moliya

bilan ta'minlaniladi. Oddiy vositalar ularni sotib olish qiymatlari bilan hisobga olinadilar, ularga qo'shimcha (bevosita) xarajatlar, ba'zi bir obyektlarni tartibga keltirib xo'jalik faoliyatiga kiritish uchun qilingan xarajatlar qo'shiladi.

### 13.2. Kredit mablag'lari va ularni berilish tartibi

Kredit qarzga pul olishning eng keng tarqalgan shakli qisoblanadi. Milliy valyutadagi kredit mablaqlarining manbai bo'lib tijorat banklari va byudjetdan tashqari fondlar hisoblanadi. Bular kichik biznesga yordam berish maqsadida amal qiladi va mamlakat iqtisodiyotining ustivor soqalaridagi biznesni raqbatlantiruvchi imtiyozli kreditlar beradilar.

O'zbekiston hududida xo'jalik subyektlarini kreditlash tijorat banklari tomonidan qaytarib berish, to'lov, ta'minlanganlik, muddatlilik va ajratilgan mablag'lardan foydalanishning maqsadli ishlatilishi sharti asosida amalga oshiriladi. Zarar ko'rib ishlaydigan, nolikvid balansga ega bo'lgan biznes subyektlariga kredit berilmaydi, bundan tashqari, uzoq muddatli moliyaviy o'pirlilish va zararlarni qoplash uchun kredit olib bo'lmaydi.

Kredit olish uchun potentsial qarz oluvchi o'zining qarz oluvchi moliyaviy va ishlab chiqarish imkoniyatlarini baholash va ozi uchun quyidagilarni aniq belgilab olishi shart:

- o'z maqsuloti sotish bozorini (talab va taklifni o'rganish);
- loyihani ishlashi uchun kerak bo'ladigan tovar-moddiy boyliklarni, shuningdek, tayyor mahsulotni sotish uchun zarur bo'lgan shartnomalarning mavjudligi;
- kreditlanayotgan tadbirlarni samaradorligi;
- hisob raqamiga pul mablag'lari kelib tushishining davriyligi;
- kredit va uning foizlarini so'ndirish manbalarining;
- kredit uchun to'lanadigan to'lovni qisoblash va uni davriyligi.

Shuningdek otgan yil uchun o'z moliyaviy va xo'jalik faoliyatini taqililini tayyorlab qoyish va joriy davr uchun kelgusini belgilash (biznes -reja) kerak boladi.

Yuqoridagi analitik va kelgusini belgilash ma'lumotlaridan kelib chiqib, qarz oluvchi kredit olish uchunariza va iltimosnoma tayorlaydi. Iltimosnomada kredit olish zarurligi, uning samaradorligi, qaytarilishi, to'lovligi va ta'minlanganligi, o'z kapitalining tarkibi va bu kapitalning kreditlanayotgan tadbirdagi ishtiroki ta'riflanadi.

Iltimosnomaga quyidagilar ilova qilinadi:

- kredit bo'yicha ariza;
- pul oqimining taqlili ko'rsatilgan bizns reja;
- soliq xizmati tomonidan tasdiqlangan hamda debitorlik va kreditorlik qarzi yo'yilmasi va hisobot davri uchun buxgalteriya balansi;
- foyda va zaralar bo'yicha hisobot;
- aylanma mablaqlar aylanishining hisob -kitobi;
- boshqa kreditorlardan olingan qarz mablaqlarining va boshqa banklarda saqlanayotgan erkin mablaqlar mavjudligi to'g'risida ma'lumotnoma;
- o'z kapitali bilan boshqa korxonalarni tashkil etishda qatnashganlik to'g'risidagi ma'lumotlar;
- pul mablaqlari oqimining qarakati to'g'risidagi hisobot.

Kredit so'ndira olmaslik tavakkalidan qutilish uchun qarz oluvchi foydalanishi mumkin bo'lgan ta'minlanganlikka ega bo'lishi kerak.



Ta'minganlikning asosiy turi bo'lib mulk va qimmatbaqo qoqozlar garovi, uchinchi shaxslarning kafilligi, shuningdek qarz oluvchi kreditning so'ndirmasligi tavakkalini suqurtasi hisoblanadi.

Kichik biznesni yuritishga mablag' jalb etishning yana bir yo'nalishi mikro kreditlar hisoblanadi. Mikro kreditlar bir qancha ko'rsatkichlar bo'yicha qulaydir: kredit olish qoidasi bir muncha soddalashtirilgan, garov ta'minotining barcha shakllari hal etilgan, kredit pullarining bir qismi naqd shaklida olinadi, aylanma resurslar haridi asosan kredit berish masalari nisbatan oson hal etiladi.

O'zbekiston Respublikasining milliy valyutadagi kredit mablaqlari manbai bo'lib, tijorat banklari, shuningdek byudjetdan tashqari fondlar (Mehnat vazirligi qo'shidagi bandlik yuzasidan yordam ko'rsatish Fondi hamda deqqon va fermer xojaliklari Assotsiyasi qo'shidagi dehqon va fermer xojaliklarining rivojlanishiga yordam berish fondi) hisoblanadi va kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga yordam beradi.

O'zbekiston Respublikasining milliy valyutadagi kredit mablaqlari manbai bo'lib, tijorat banklari, shuningdek byudjetdan tashqari fondlar (Mehnat vazirligi qo'shidagi bandlik yuzasidan yordam ko'rsatish Fondi hamda dehqon va fermer xo'jaliklari Assotsiyasi qo'shidagi dehqon va fermer xo'jaliklarining rivojlanishiga yordam berish fondi) hisoblanadi va kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga yordam beradi.

Moliyaviy ta'minlashning imkonli manbalari quyidagilardir:

- tijorat banklari;
- moliyaviy kompaniyalar;
- investitsion kompaniyalar;
- investitsion fondlar;
- kredit uyushmalari;
- haridorlar; mahsulot beruvchilar;
- do'st va tanishlar;
- xayriya tashkilotlari;
- trans kompaniyalar va banklarning trust bo'linmalari;
- davlat, xalqaro va jamiyat tashkiloti va idoralar, kichik biznesni qo'llash dasturida ishtirok etuvchilar (ularning markaziy va mahalliy idoralari);
- ishlovchilar; dastgox ishlab chiqaruvchilar;
- sug'urta kompaniyalari; nafaqa fondlar;
- xususiy investorlar; moliyaviy maslahatchilar.

### 13.3. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllari

Kreditning asosiy vazifasi pul vositalarini qaytarib berish sharti bilan korxonalar, tashkilotlar, tarmoqlar va noxiyalar orasida taqsimlash va vaqtincha bo'sh pul mablag'larini samarali ishlatishdan iboratdir. Kreditni boshqa vazifasi bu haqiqiy pullarni kredit pullariga (banknotlar) va kredit operatsiyalariga (naqd pulsiz hisob-kitobga) almashtirishdan iborat. Yuridik yoki jismoniy shaxslar qarzga vosita beruvchilar - kreditorlar, oluvchilar - zayomchilar deb ataladi.

Ajratilish muddatiga ko'ra kreditlar qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatli bo'linadi.

Qisqa muddatli kreditlar-12 oygacha muddatda beriladigan ssuda bo'lib, uning muddati kreditlanadigan tadbirlar muddatidan, qoplanish muddatidan va boshqa shartlardan kelib chiqadi.

O'rta muddatli kreditlar — bu bir yildan ortiq muddatdan 5 yilgacha muddatga beriladigan ssuda hisoblanadi.

Uzoq muddatli kredit-5 yildan ko'p muddatga, ishlab chiqarish va ijtimoiy yonalishdagi obyektlarni qurish, qayta qurish, texnik jihatdan jihozlash bilan bog'liq bo'lgan sarmoyali mahsadlar uchun ishlatiladi.

Birinchidan, kredit to'lash va foiz to'lash sharti bilan ssuda ko'rinishida pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin.

Ikkinchidan, kredit o'zini ssuda kapitali harakati shaklida namoyon etadi.

Pul ssudalarini yoki tovarni kapital o'rnida to'g'ridan-to'g'ri berish shakli.

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlashni quyidagi shakllari mavjud: tijorat, notijorat tashkilotlar orqali beriladigan, bank, davlat, iste'molchi, xalqaro.

Tijorat krediti - tovar shaklida (beriluvchi) sotuvchilar tomonidan haridorlarga beriluvchi kredit bo'lib sotilgan tovarni qiymatini orqaroq surishdan iboratdir. Natijada hisob-kitoblar veksel yoki ochiq hisob bilan amalga oshiriladi. Birinchi holatda haridor tovar hujjatlarini olganidan so'ng o'tkazilish sotuvchi tomonidan qo'yilgan vekselni (grattani) talaffuz etadi yoki oddiy veksel rasmiylashtiradi. Ikkinchi holatda sotuvchi haridorning qarz majburiyatlarini olmaydi va qarz bo'yicha hisob ochadi. Qarzni uzish davriy to'lovlar sifatida qisqa muddatlarda (12 oy) amalga oshiriladi.

Tijorat kreditiga bo'lgan zarurat kapitalni ishlatish va muomila vaqtini bir-biriga to'g'ri kelmasligi natijasida kelib chiqadi. Bu yerda tovarni kreditga sotish ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligiga yordamlashadi, kapitalni aylanishini tezlashishini va foydani ko'payishini ta'minlaydi. Ushbu shakldagi kredit odatda qisqa muddatli bo'ladi.

Bank krediti ishbilarmon va korxonalariga pul ssudasi ko'rinishida beriladi. Bank ssudasi - bu korxonalar, tashkilotlarning alohida fuqarolarning vaqtincha bo'sh vositalari bo'lib bank tomonidan shartnoma asosida, ularning roziligi bilan jalb qilinadi va ssuda fondi tashkil bo'ladi.

Kredit olish uchun kredit oluvchi va zayomchi tomonidan kredit shartnomasi tuziladi, u o'z ichiga quyidagilarni oladi: kredit turi, miqdori, uning berilish tartibi va muddati, kredit berish sharti, foiz to'lovining miqdori, har ikkala tomon javobgarligi, kreditor va zayomchilar to'g'risidagi ma'lumotlar.

Kichik biznes taraqqiyoti uchun davlat krediti davlat budjetidan eng muhimi zamonaviy ishbilarmonlik loyihalarini amalga oshirish bo'yicha tasdiqlangan dasturlar asosida beriladi.

Iste'molchi krediti - bu kredit shaklida qarz oluvchi sifatida yuridik shaxs, qarz beruvchi sifatida kredit idorasi, korxonalar va tashkilot chiqishi mumkin. Bu kredit shakli xalqning iste'mol talabini qondirish vositasi sifatida xizmat qiladi va pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin.

Xalqaro kredit - bu xalqaro iqtisodiy munosabatlar sohasi bo'lib, u turli davlatlar kreditorlar va qarz oluvchilari o'rasida ssuda berish, ishlatish va uni o'zish bo'yicha foiz to'lash bilan amalga oshiriladi. Bu turdagi kredit kichik biznesni taraqqiyot toptirish uchun davlatlararo banklar va firmalar tomonidan xalqaro yordam shaklida beriladi. Halqaro kredit o'lchami va uni berish sharti kredit beruvchi va oluvchilar o'rtasidagi kredit shartnomasida o'z aksini topadi. Firmaning nuqtai nazaridan berish va ta'minlashda quyidagi kreditlar bo'lishi mumkin: Tovar, valyuta, ta'minlangan

(tovar, tijorat hujjatlari bilan va boshqa qiymatlar bilan) va ta'min etilmagan (bank) kreditlar. Qarz oluvchilari bo'yicha kreditlar shaxsiy, davlat va moliyaviy bo'lishi mumkin. Kreditning asosiy shartli hisob-kitob turi bo'lib (to'lash muddati uzaytirilgan hisob) firma krediti, veksel (hisobli) va faktoring hisoblanadi.

Firma krediti - bu kredit berish shaklida mol beruvchi va sotuvchi to'lash muddati uzaytirilgan kreditni haridorga beradi. Bu kredit shaklining birdan-bir misoli mahsulotni iste'molchiga avans berishdir, avans beruvchiga shartnomaga qo'l qo'yilgandan so'ng o'tkaziladi.

Veksel krediti - bu vekselni bank tomonidan sotib olish, (hisobli) veksel egasidan to'lash muddati kelmasdan sotib olishdir, ya'ni veksel egasi bankdan muddatidan ilgari vekselda ko'rsatilgan pul miqdorini, tijorat to'lovlarini, hisob to'lovini va boshqa xarajatlarni ayirgandan keyingisini oladi.

Factoring - bu aylanuvchi vositalarni kredit bilan ta'minlashda o'rtada turuvchining faoliyat turidir. O'rtada turuvchi kompaniya (bank) ma'lum to'lov evaziga ishbiarmonlar tarkibidan haridorlardan uning hisobiga olinadigan pul mablag'ini olish huquqiga ega bo'ladi (debitorlik qarzini inkassaga qo'shish huquqi). Shu bilan birga o'rtada turuvchi mijozni aylanuvchi vositasini kredit bilan ta'minlaydi va uning kredit va valyuta tavakkalchiligini o'z zimmasiga oladi. O'rtada turuvchi tovar sotuvchining o'zaro munosabatlari faktoring bo'yicha shartnoma bilan tartibga solinadi.

Ochiq, hisob bo'yicha kredit bilan ta'minlash - bu sotuvchini doimiy haridoriga ta'min etmasdan va tez foiz to'lamasdan to'lov muddati uzaytirilgan shakldagi kreditidir. Sotuvchi haridoriga tovarni uning manzilgohiga tovar taqsimlash hujjatlari bilan qarz miqdorini haridor nomiga ochilgan debet hisobiga o'tkazadi. Haridor shartnomada ko'rilgan muddatlarda o'z qarzini ochiq hisob bo'yicha olib boradi.

Overdraft - qisqa muddatli kreditlash shakli bo'lib banklar amaliyotida ishlatiladi. U Angliyada paydo bo'ldi. Overdraftning mazmuni shundan iboratki, odatda bankning ishonchli mijoziga ma'lum chegarada cheklar bilan qarz to'lash huquqi beriladi. Bu kabi operatsiya natijasida manfiy balans bunyod bo'ladi, ya'ni debitorlik saldosi (mijozni bankka qarzi). Bank va mijoz o'zaro shartnoma tuzib unda overdraftning eng katta miqdori, kredit berish sharti, uni qaytarish tartibi va overdraft uchun foiz miqdori belgilanadi.

### **Kichik biznes moliyalashtirish tadbirlari**

So'nggi yillarda respublika hukumati tomonidan amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida xususiy biznes faoliyat ko'rsatayotgan makroiqtisodiyot va tadbirkorlik muhiti ancha yaxshilandi. Jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish davom ettirildi. Moliyaviy resurslarni kichik biznes subyektlariga, fermer xo'jaliklariga jalb qilinishi natijasida 2004 yilda ajratilgan kreditlar hisobiga qo'shimcha 81,2 mingta yangi ish o'rinlari yaratildi. Mazkur sohaga ajratilgan bank kreditlari iqtisodiyotda xususiy mulk o'rini yanada mustahkamlashga xizmat qilmoqda. Tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka berilgan kreditlar miqdori keskin oshdi va 354 mlrd. so'mni tashkil etdi. Muhimi shuki, ushbu kreditlarning aksariyat qismi, ya'ni 70,3 foizi uzoq muddatli kreditlar hisoblanadi.

2004 yildan boshlab barcha viloyatlarda ham fermer xo'jaliklarining davlat ehtiyojlari uchun harid qilnadigan paxta xom ashyosi va g'alla yetishtirish xarajatlarini ularga xizmat ko'rsatuvchi tijorat banklari orqali bevosita imtiyozli kreditlash mexanizmiga o'tildi. 2004 yilda banklar tomonidan fermer xo'jaliklariga jami 68,8 mlrd. so'mlik imtiyozli kreditlar ajratildi.

Yangi moliyalash mexanizmining joriy etilishi fermer xo'jaliklari faoliyatiga ijobiy tasir ko'rsatmadi, ya'ni, qishloq xo'jaligi korxonalarida moliyaviy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, mahsulot tannarxini kamaytirish, fermer xo'jaliklarining moliyaviy holatini yaxshilash va ular faoliyatini bozor talablariga moslashtirishga xizmat qilmoqda. Qishloq xo'jaligi korxonalarini moliyaviy jihatdan yanada qo'llab-quvvatlash maqsadida, kredit foizlari yiliga 5 foizdan 3 foizga tushirildi.

Ma'lumki, iqtisodiyotning asosini tashkil etuvchi qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilari, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati subyektlariga bank xizmatlari ko'rsatishni zamonaviy infratuzilmasini shakllantirish dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, mijozlarga xizmat ko'rsatishni yanada yaxshilash maqsadida respublikada banklar tomonidan 806 ta filial, 1122 ta minibanklar tashkil qilindi. Ular asosan, qishloq joylarida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar va dehqonfermer xo'jaliklariga bank xizmatlari ko'rsatadi, 2312 ta "bank-mijoz" kompyuter tizimi joriy etilgan bo'lib, ular bugungi kunda samarali ish olib bormoqdalar.

### **Qisqa xulosalar**

Ishbilarmonlik tizimlarini kredit bilan ta'minlash - bu ularga moliyaviy pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga xo'jalik faoliyatini amalga oshirish uchun berishdir.

Kichik biznesni moliyalash va kredit bilan o'z vaqtida ta'minlash uning rivojlanishini asosiy omildir.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Moliyaviy resurslarning mohiyatini tushintirib bering
2. Moliyaviy kapitalning mohiyatini tushintirib bering
3. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalarini ko'rsatib bering
4. Kapital investitsiyasi nima?
5. Kapital investitsiyasining turlari nimalardan iborat?
6. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllarini izohlang.
7. Kichik biznesni moliya bilan ta'minlashda bankning roli qanday?
8. Kichik biznesda moliyaviy menejerni o'rni qanday?
9. Kichik biznesda moliyaviy quvvatlash tadbirlari nimalardan iborat?
10. Kichik biznesda moliyaviy resurslarni qanday ko'paytirish mumkin?

### **Asosiy adabiyotlar.**

1. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес. -Т.: Шарқ,2002
2. Ғозибеков Д.Ф.Инвевитсияларни молиялаштириш масалари. Т.: "Молия", 2003 .
3. Жураев А.С. ва бошқ. Инвевитсия лойиҳалари таҳлили: Ўқув қўлланма/-Т.: "Шарқ".
4. Шодибекова Д.И., Шодибекова Д.А. Молиявий менежмент. Магистратура талабалари учун маъруза матни./ Т.: ТДИУ, 2006.
5. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>
6. <http://www.business-strategy.com/info/about/>

**XIV BOB**  
**KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNI DAVLAT TOMONIDAN**  
**QO'LLAB - QUVVATLASH**

**14.1. Kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari**

Jahon tajribasi kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan doimiy ravishda qo'llab-quvvatlash zarurligini ko'rsatmoqda.

Tadbirkorlik subyektlari faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash zaruriyati davlatning oldiga bir qator vazifalarni qo'yadi:

1. **Huquqiy kafolatlar berish** - himoyalash va tartibga solish vazifasi- tadbirkorlarning barqaror rivojlanishini hamda ularning boshqa xo'jalik yurituvchi subyektlar bilan teng sharoitlarda faoliyat yuritishini ta'minlashga imkon beruvchi qonuniy-me'yoriy hujjatlarni qabul qilish hamda ularga rioya etilishi ustidan nazorat yuritishi.

2. **Rag'batlantirish vazifasi** -xususiy tadbirkorlik tashabbusi, adolatli raqobat kurashi hamda ularga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar faoliyatini turli iqtisodiy dastaklar yordamida rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash choralarini ko'rish.

3. **Taqsimlash vazifasi** - ijtimoiy adolat va himoyalash vositasi sifatida daromadlarni qayta taqsimlash, shuningdek tadbirkorlarning moddiy-texnikaviy resurslardan imtiyozli asoslarda foydalanishiga sharoit yaratish maqsadida resurslar taqsimotiga tuzatishlar kiritish.

4. **Axborot-maslahat ta'minoti vazifasi** - tadbirkorlarning axborot ta'minoti tizimidan teng sharoitlarda, to'siqlarsiz foydalanish imkoniyatini yaratish, ular uchun iqtisodiy muammolarning samarali yechimini topish, xom ashyo va resurslar ta'minoti, ilg'or texnika va texnologiyalarni qo'llash yuzasidan maslahatlar berish.

5. **Ijtimoiy kafolatlash vazifasi** - ijtimoiy ta'minot va himoyalashning samarali tizimini yaratish, shuningdek tadbirkorlarning ta'lim, sog'liqni saqlash va madaniy tadbirlarga bo'lgan ehtiyojini qondirish bilan bog'liq chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi.

6. **Tashqi iqtisodiy faoliyatni muqobillashtirish vazifasi** - xalqaro bozorlarda tadbirkorlarning manfaatlarini himoyalash, imtiyozli bojxona tariflari va soliqlar orqali eksport uchun qulay iqtisodiy muhit xosil qilish tadbirlari.

Davlat tadbirkorlik subyektlari faoliyatini respublikada amalda bo'lgan qonunchilik doirasida tartibga solib turadi. Bu, birinchi navbatda, ularni tashkil etish va faoliyat ko'rsatishi bo'yicha qoidalarni belgilash, erdan foydalanish, meqnat, mol-mulk va boshqa munosabatlarni tartibga solish hamda buxgalteriya, soliq va statistika hisobotlarini yuritish tartiblarini joriy etish va boshqalarni nazarda tutadi. O'zbekistonda kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda:

- tadbirkorlarning ishbilarmonlik faolligini oshirish, fuqarolarning tadbirkorlik faoliyati bilan erkin shug'ullanishlari va undan manfaatdorligining kafolatli tizimini yaratish hamda ularning qonuniy huquqlari va manfaatlarini muhofaza qilish;

- kichik biznes korxonalarini yaratilishi va faoliyatining me'yoriy-huquqiy negizini takomillashtirish;

- kichik tadbirkorlik korxonalarining kredit manbalari va sarmoyalardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish;

- tadbirkorlik xatarlaridan barqaror qimoyalalanishni ta'minlash uchun sug'urta

tizimining ahamiyatini oshirish;

-tadbirkorlik sohasiga investitsiyalarni (shu jumladan, chet el investitsiyalarini), zamonaviy texnologiyalar va uskunalarini jalb etish;

- kichik tadbirkorlikka xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalarini kengaytirish va rivojlantirish;

-kichik korxonalarining xom ashyo, axborotlar va texnologiyalardan erkin va to'siqlarsiz foydalanish imkoniyatini kengaytirish, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan maqsulotni ichki va tashqi bozorlarda sotish tizimini takomillashtirish;

-soliqlar, yigimlar va tariflar bo'yicha imtiyozlar belgilash, kichik biznes uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini rivojlantirish va boshqalar ;

-tadbirkorlik faoliyati subyektlari samarali faoliyat yuritishi uchun ularni zaruriy iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish, texnologik, ilmiy-texnik va boshqa xil axborotlar bilan ta'minlash.

- kichik tadbirkorlik faoliyati ko'rsatkichlarining buxgalterlik hisobi va tahlili tizimini takomillashtirish, ular uchun davlat statistika, buxgalteriya va soliq hisobotining soddalashtirilgan tartibini joriy etish.

Kichik biznes xo'jalik subyektlarining soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimining qo'llanishi - davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning asosiy yo'nalishlaridan biridir.

**Soliq** - kichik korxonalar faoliyati jarayonida majburiy tartibda amalga oshiriladigan davlat tomonidan belgilangan to'lovdur. Soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimiyoki yagona soliq mikrofirmalar va kichik korxonalariga bir qator soliqlar o'rniga qo'llaniladi. Bunda kichik korxonalar yoki mikrofirmalar qaysi soliq tizimi bo'yicha soliq to'lashlarini o'zlari qabul qilishlari mumkin. Yagona soliq tadbirkorlikni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish maqsadida 1998 yilda joriy qilingan. Unga muvofiq mikrofirmalar va kichik korxonalarining umumdavlat soliqlari, shuningdek mahalliy soliqlar va yig'imlar majmuasi o'rniga yagona soliq to'lashni ko'zda tutadi. Kichik korxonalar yoki mikrofirmalar turli soliq va yig'imlarni hisobga olish va to'lash majburiyatidan ozod etilib, stavkasi korxonalar faoliyati turiga bog'liq holda, aniq belgilab qo'yilgan bitta soliqning o'zini to'laydi. Bunda buxgalteriya hisobotining dastlabki hujjatlarni shakli hamda daromadlar va xarajatlar hisobini yuritish kitobi ham muayyan tarzda soddalashtiriladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 iyundagi "Mikrofirmalar va kichik korxonalarini rivojlantirishni raq'batlantirish borasidagi qoshimcha chora-tadbirlar to'qrisida"gi farmonida kichik biznesning mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyati va ulushini tubdan o'shinish maqsadida:

2005 yilning 1 iyulidan boshlab mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq, byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Respublika yo'l jamg'armasi va Maktab ta'limi jamg'armasiga majburiy ajratmalar to'lash o'rniga yagona soliq, to'lovi joriy etildi.

Mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkalari quyidagicha belgilandi: qishloq xo'jalik korxonalari (yagona soliq to'laydiganlar bundan mustasno) sotilgan tovarlar(bajarilgan ishlar, xizmatlar) hajmidagi nisbatan -6% hisobida, yuridik va jismoniy shaxslarni jalb etish yo'li bilan ommaviy tadbirlarni tashkil etishdan daromad oladigan, gastrol-kontsert faoliyati bilan shug'ullanish litsenziyasiga ega bo'lgan korxonalar -30%, xususiy amaliyot bilan shug'ullanuvchi notariuslar, iqtisodiyotning barcha tarmoqlari -13 % hisobida belgilandi.

Yangi tashkil etilayogan mikrofirmalar va kichik korxonalar yagona soliq, to'lovini to'lash muddatini bir yilga kechiktirish, kechiktirilgan summani imtiyozli davr tugagandan keyin teng ulushlarda 12 oy davomida to'lash huquqi berildi. Yagona soliq to'lovini to'laydigan mikrofirma va kichik korxonalar qonun hujjatlariga muvofiq ijaraga olingan yer maydonlari uchun byudjetga ijara haqi to'lashdan ozod qilindi.

Yaratilayotgan imkoniyatlar, tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish borasida samarali mexanizmining amalda joriy etilgani iqtisodiyotimizda muhim o'rin tutuvchi xususiy tarmoqning izchil rivojlanishiga yo'l ochdi. Zero, tadbirkorlik rivoji mamlakatimiz ishlab chiqarish salohiyatining yanada ortishiga, xalqimiz turmush darajasining yuksalishiga xizmat qiladi.

#### 14.2. Kichik biznesni sarmoya bilan ta'minlash

Kichik biznesni nozik bo'g'ini - dastlabki kapital. Yakka tartibda ish boshlash uchun, uning katta - kichikligidan qat'iy nazar, firma tuzish va tadbirkorlik bilan shug'ullanishga rasmiy ruxsat olish uchun mablag', joy, asbob - uskuna, xom ashyo va ishchi kuchi kerak. Garchand kichik biznes bilan shug'ullanish uchun dastlab uncha katta pul talab qilinmasa ham, respublikamiz fuqarolari uchun ba'zida shu pulni topish ham o'z ishini ochishda muhim to'siq bo'lib qoladi. Dastlabki kapital tadbirkorning shaxsiy yoki tashqaridan jalb etilgan (xomiylik yoki qarz olingan) mablag'idan tashkil topishi mumkin.

Prezident Islom Karimov 2004 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2005 yilda iqtisodiyotni erkinlashtirish va islohotlarni chuqurlashtirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan majlisidagi so'zlagan ma'ruzalarida tijorat banklarining asosiy vazifasi fermer xo'jaliklari, kichik biznes korxonalarini hamda xususiy tadbirkorlikni faoliyatini har tomonlama rivojlantirishga ko'mak berishdan iborat bo'lishi lozimligini qayd etib o'tdilar.

Iqtisodiyotning real sektori subyektlari faoliyatini moliyalashtirishda o'rta va uzoq muddatli bank kreditlarining ahamiyati juda katta. Bu jarayonda ayniqsa, yirik banklar faol ishtirok etyaptilar. Ushbu guruh banklariga bu turdagi kreditlar hajmining 92,7 foizi, o'rta banklar guruhiga - 6,8 foizi, kichik banklar guruhiga esa - 0,5 foizi to'g'ri keladi.

2004 yilda 2003 yilga nisbatan jismoniy shaxslar va xususiy tadbirkorlarni kreditlash hajmi 41 foizga oshdi. Shu ko'rsatkich yirik banklar guruhida 21,7 foizga o'shdi, o'rta banklar guruhida esa ikki martadan ziyodga o'sdi. Kichik banklar guruhida esa bu ko'rsatkich 32 foizga kamaydi. O'rta banklar guruhidagi keskin o'zgarish sababi, bu guruhga kichik banklar guruhidan bir necha banklarning qo'shilgani va albatta, xususiy biznesni kreditlash ishlariga alohida e'tibor berilganidir. O'tgan davrda banklar tomonidan kichik biznes, xususiy tadbirkorlik hamda dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlashga jiddiy e'tibor qaratildi. Xususan, 2003 yilda kichik biznes subyektlariga, xususiy tadbirkorlarga 294 mlrd. so'm kredit mablag'lari ajratildi. 2004 yilga kelib esa bu ko'rsatkich 354 mlrd. so'mga yetdi<sup>27</sup>. (14.1- rasmga qarang).

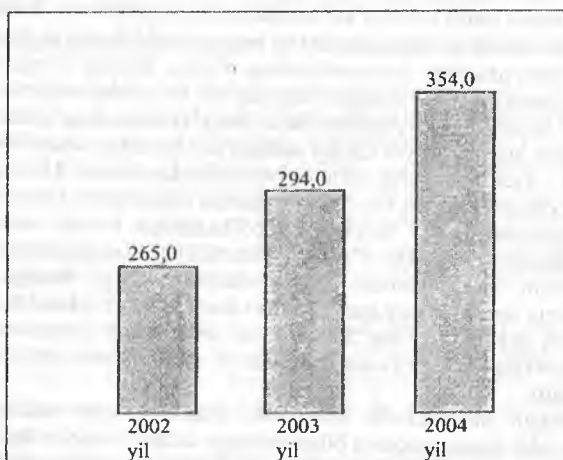
Jismoniy shaxslar va xususiy tadbirkorlarga berilgan kreditlar hajmining o'sishida yirik banklarning ulushi 39 foizni, o'rta banklarning ulushi 65,7 foizni tashkil etgan bo'lsa, kichik banklar shu ko'rsatkichning umumiy darajasini 4,7 foizga kamaytirdilar.

---

<sup>27</sup> Manba: Markaziy bank xisoboti

Yirik banklar guruhining respublika tijorat banklari investitsiyalari o'lishidagi hisyasi 86,6 foizni tashkil etgan bo'lsa, o'rta banklar guruhining ulushi esa 32,2 foizni tashkil etdi. Kichik banklar guruhi hisobiga ushbu ko'rsatkich 18,8 foizga kamaygan.

Hozirgi paytda kichik biznes tomonidan bank xizmatlariga talabning barqaror o'lishi kuzatilmoqda. Shuning uchun, bank tizimining asosiy vazifasi kredit berish tartibini takomillashtirish hamda iqtisodiyotning real sektorini moliyalashtirishni kengaytirish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag'batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash hisoblanadi. 2000-2004 yillar mobaynida Markaziy bank tomonidan kichik biznes subyektlarini kreditlash jarayonini tartibga soluvchi bir qancha Jismoniy shaxslar va xususiy tadbirkorlarga berilgan kreditlar hajmining o'lishida yirik banklarning ulushi 39 foizni, o'rta banklarning ulushi 65,7 foizni tashkil etgan bo'lsa, kichik banklar shu ko'rsatkichning umumiy darajasini 4,7 foizga kamaytirdilar.



14.1 pacm Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga ajratilgan kreditlar (mlrd. so'm)

Yirik banklar guruhining respublika tijorat banklari investitsiyalari o'lishidagi hisyasi 86,6 foizni tashkil etgan bo'lsa, o'rta banklar guruhining ulushi esa 32,2 foizni tashkil etdi. Kichik banklar guruhi hisobiga ushbu ko'rsatkich 18,8 foizga kamaygan.

Hozirgi paytda kichik biznes tomonidan bank xizmatlariga talabning barqaror o'lishi kuzatilmoqda. Shuning uchun, bank tizimining asosiy vazifasi kredit berish tartibini takomillashtirish hamda iqtisodiyotning real sektorini moliyalashtirishni kengaytirish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag'batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash hisoblanadi. 2000-2004 yillar mobaynida Markaziy bank tomonidan kichik biznes subyektlarini kreditlash jarayonini tartibga soluvchi bir qancha me'yoriy hujjatlar bekor qilindi. Kredit talabnomasi va hujjatlar aylanishi hajmini ko'rib



chiqish, muddatlarini qisqartirish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqildi. Kreditlashning yangi tartiblariga muvofiq, kredit talabnomasini rasmiylashtirish uchun kichik biznes subyektlariga faqatgina 2-3 ta hujjat talab etiladi. Talabnomalarni ko'rib chiqish muddatlari 5-10 ish kunigacha qisqartirildi. Ushbu chora sansalorlikni keskin kamaytirishga va suyiste'molchilikni bartaraf qilishga imkon berdi. Natijada, juda ko'p tadbirkorlar kerakli moliyaviy manbalarga ega bo'lishdi. Shunday qilib sarmoya bu moliyaviy zaxiraning bir qismidir.

### **Tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlarini budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari hisobidan moliyalashtirish.**

So'nggi o'n yil ichida dunyoda moliyaviy – kredit ko'rinishlari faoliyatining turli diversifikatsiyaga bo'lgan intilishi sezilmoqda. Bu keng iste'molchilar talabini imkon qadar hisobga olish bilan bog'liq. Xususan, O'zbekistonda kichik biznes subyektlarini tashqi moliyalashtirishning bir nechta imtiyozli mexanizmlari mavjud.

1. Banklar tomonidan budjetdan tashqari jamg'armalar orqali kreditlash. Kreditlashning bu turida tijorat banklari qarzlarni (ssuda) o'z mablag'lari hisobiga emas, balki ish bilan band etishga ko'maklashish jamg'armasi, dehqon va fermer xo'jaliklariga ko'maklashish jamg'armasi va boshqa tashkilotlar mablag'lari hisobiga beradilar. Bu jamg'armalar korxonalarining o'zlari bergan chegirmalari, davlat mulkini xususiyashtirishdan tushgan mablag'lar va davlat budjetiga tushayotgan boshqa foydalar hisobiga moliyalashtiriladi. Jamg'armalarning mablag'lari banklar tomonidan kichik biznes subyektlariga subsidiyalik kreditlar shaklida beriladi.

2. Imtiyozli – kreditlash jamg'armalari hisobiga kreditlash. Ushbu jamg'armalar tomonidan o'z daromadlarini bir qismini zaxira qilish yo'li bilan tashkil etiladi. (qonunda daromadning 25 foizigacha o'tkazishga ruxsat beriladi). Ushbu mablag'lardan berilgan kreditlar o'rniga hukumat banklarga soliq solishda boshqa imtiyozlar taqdim etadi. Ushbu jamg'armalar hisobiga berilgan kreditlarga, kreditning haqiqiy berilgan vaqtiga foiz stavkalari Markaziy bank belgilagan qayta moliyalashtirish stavkalarining 50 foizdan oshmagan miqdorida bo'ladi va tadbirkorlik subyektlariga investitsion loyihalarni moliyalashtirish foydali bo'ladigan talablarda beriladi.

3. Berilayotgan mikrokredit maksimal miqdori, ham milliy, ham xorijiy valyutalarda yuridik shaxs maqomi bilan tuzilgan kichik biznes subyektlariga 10000 AQSh dollaridan oshmasligi kerak. Moliyalashtirish manbalaridan qat'iy nazar (kreditlash bankning imtiyozli kreditlashning zaxiralangan mablag'lari hisobiga emas, o'z mablag'lari hisobiga bajarilayotgan bo'lsa ham, mikrokreditlashning foiz stavkalari Markaziy bank qayta moliyalashtirish stavkalaridan oshmasligi kerak. Xususi sektor korxonalari uchun mikrokreditlashning yana bir afzalligi shundaki, bunda ushbu shakldagi kreditlarning 50 foizgacha mablag'lari naqd pul hisobida berilishi mumkin. Boshqa tomondan, hatto boshqa mamlakatlarda mikromoliyalashtirishdan foydalanishning klassik yo'nalishi mavjud bo'lsa ham, mikrokreditlardan savdo faoliyatini moliyalashtirish uchun foydalanib bo'lmaydi.

Ma'lumki 2002 yilning aprel oyida Oliy Majlisning sakkizinchi sessiyasida "Kredit uyushmalari to'g'risidagi qonun qabul qilinib, nonbank moliyaviy institutlar tizimini rivojlantirish yo'lida muhim qadam tashlandi. Hozirgi kunda kredit uyushmalari milliy kredit tizimining ajralmas qismi hisoblanadi. Ular bank tizimini to'ldirgan holda uy xo'jaliklarini pul mablag'lari bilan ta'minlaydi. Agarda dastlabki

vaqtlarda kredit uyushmalari, mayda tovar ishlab chiqaruvchilar ( dexqon, hunarmand, tegirmonchilar) ni kreditlash bilan shug'ullangan bo'lsa, hozirga kelib rivojlangan davlatlarda kredit uyushmalari o'z a'zolariga zamonaviy axborot texnologiyalardan foydalangan holda keng turdagi moliyaviy xizmatlar ko'rsatib kelmoqda va hattoki tijorat banklari boshqa moliyaviy kompaniyalar bilan bemalol raqobat qilmoqda.

2005 yilning dekabr oyida Senatning qonunchilik palatasi tomonidan qabul qilingan sessiyasida "Kredit uyushmalari to'g'risida"gi qonunga o'zgartirishlar kiritish asosida, kredit uyushmalari faoliyatini tartibga solib turadigan hujjatlar to'plami ishlab chiqildi. Jumladan, kredit uyushmalarini ro'yxatga olish va litsenziya berish tartibi, kredit uyushmalari tomonidan moliyaviy operatsiyalarni o'tkazish qoidalari, kredit uyushmalarida buxgalteriya hisobini yuritish tartibi soddalashtirildi.

Hozirgi kunda respublikada jami 23 ta kredit uyushmalari mavjud.

Kredit uyushmalari tijorat banklaridan olinayotgan kreditlarga yuqorida eslatib o'tilgan mablag'lar qo'shishlari tufayli kredit olish nisbatan arzonroq bo'lib qoladi hamda aksariyat odamlarning bu kreditlarga qurbi yetadi.

### **14.3. Kichik biznesni xalqaro kredit liniyalari orqali moliyalashtirish**

O'zbekistonda kredit kapitali bozorining alohida bo'qini xorijiy valyutadagi kreditlar qisoblanadi. Bu valyuta ishlab chiqarishni tashkil etishga zamonaviy yuqori texnologik jihozlarni jalb qilish, import xom-ashyo va materiallarni harid qilish uchun muhimdir. Valyutadagi kredit mahalliy tijorat banki tomonidan ham berilishi mumkin. Biroq bunday amaliyot keng tarqalmagan va odatda tadbirkorlar xorijiy va xalqaro moliyaviy tuzilmalar kredit liniyalariga murojat qiladilar, jumladan, Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki(ETTR), Osiyo taraqqiyot banki(OTB), Xalqaro moliyaviy korporatsiya(XMK), Germaniya Banki va boshqalar KFW.

Xalqaro va xorijiy kredit liniyalari orqali moliyalashtirish munosabatlariga nisbatan qo'lanishi lozim bo'lgan huquq O'zbekiston Respublikasi fuqarolik kodeksining 70,71 boblarida nazarda tutilgan normalar, boshqa qonunlar, xalqaro shartnomalarda e'tirof etilgan asosida, shuningdek taraflarning o'zaro kelishuvi bilan belgilanadi.

Kichik biznes subyektlariga chet el investitsiyalarni jalb qilishda zarur bo'lgan imkoniyatlarni yaratildi. "o'zbekinvest" sug'urta kompaniyasi tadbirkorlarning tavakkalchilik ishlari yo'lida siyosiy va tijorat xatarlari keltiradigan zararni qoplashi kerak. Vazirlar Mahkamasining huzurida BMT ning YUNESKO tashkiloti bilan birgalikdagi yordam loyihasi doirasida Investitsiyalarga ko'maklashish xizmati tashkil etildi.

Davlat mulk qo'mitasi huzurida ko'chmas va xorijiy investitsiyalar agentligi tuzildi. U xususiyashtirish jarayoniga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda yordam beradi.

Respublika banklari kichik biznes korxonalariga moliyaviy yordam ko'rsatishdan tashqari investitsiyalar monitoringi va uni takomillashtirish borasida kichik biznes korxonalariga katta yordam ko'rsatmoqda. Bu birinchi navbatda jahon eksport bozorlariga o'z mahsulotini olib chiqish borasida kichik biznes korxonalariga yordam ko'rsatmoqda. Respublika Milliy tashqi faoliyat banki Osiyo va Tinch okeani mamlakatlari taraqqiyoti moliya institutlari

assotsiatsiyasi (AFIRATO) bilan birga Milliy bank BMT ning xalqaro savdo markazi jahon savdo tashkilotining 5 loyihasini amalga oshirdi. Mazkur tizimga ulangach O'zbekiston korxonalari xalqaro texnologiyalar, tayyor mahsulot, xom-ashyo, yordamchi materiallar va butlovchi qismlar bozoriga tezkorlik bilan kiradi, o'z'lari biznes hamkorlar tanlaydi.

Tadbirkorlarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash uchun budjetdan tashqari fondlar mablag'larini yo'naltirish maqsadga muvofiqdir. 2004 yilda budjetdan tashqari fondlarning pul mablag'larini kredit liniyalari bo'yicha yo'naltirish 1,8 barobarga oshdi. Kichik va mayda tadbirkorlikni rivojlantirishda xalqaro moliyaviy muassasalar bilan hamkorlikni kuchaytirish ham muhim muammo hisoblanadi. 2003 yilda ushbu maqsadlar uchun xorijiy kredit liniyalari bo'yicha 78,9 mln. dollar yo'naltirilgan bo'lsa, 2004 yilda ularning miqdori 77,6 mln. dollarni tashkil etdi. Mustaqillik yillarida va xususiy biznes subyektlari uchun jalb qilingan xorijiy kreditlar hajmi 356 mln. dollarni tashkil etdi. Ulardan 260 mln. dollari o'zlashtirildi, endilikda tadbirkorlikni yanada rivojlantirish uchun ichki va tashqi moliyaviy manbalar mablag'lari jalb qilinish ishlarini yanada jonlantirish kerak.

Mamlakatimizning jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuvi, savdo - sanoatning globallashuv jarayonlari, zamonaviy axborot tizimlarining taraqqiyoti, jahon bozorida konyunkturani bilish ishbilarmonlardan yuqori bilimni talab etmoqda. Biz shundan kelib chiqib, tadbirkorlarning malakasini oshirish va qayta tayyorlashga, ularning zamonaviy elektron ma'lumotlar bazasidan foydalanish imkoniyatlarini oshirishga e'tiborni kuchaytirish lozim deb bilamiz. Bular, shubhasiz, kichik biznes vakillarining ichki va tashqi bozordagi mavqeyi mustahkamlashga olib keladi.

Hozirgi paytda kichik biznes korxonalariga berilayotgan kreditlarning katta qismi xalqaro moliyaviy institutlar va kredit liniyalari hisobiga to'g'ri kelmoqda. Biroq, bu, chet el kreditlarini o'zlashtirish (foydalanish) juda sekinlik bilan amalga oshirilmoqda. Sababi- kredit oluvchilarning kredit berish talablariga javob bera olmayotganligidir. Masalan, ko'p hollarda tadbirkorlar biznes loyiha qiymatining 25%ini tashkil etadigan mablag'ga ega emaslar.

Shu bilan birga aytish joizki, xorijiy kredit liniyalaridan foydalanishda asosan mahsulot eksport qiluvchi korxonalar ustunlikka ega. Chunki banklar kreditning konvertatsiyalangan valyutada qaytarilishidan manfaatdorlar.

#### **14.4. Kichik biznesni korxonalar moliyaviy resurslar bilan ta'minlash muammolari**

O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda moliyalash muammolari eng dolzarb mavzu hisoblanadi, chunki moliya resurslaridan erkin foydalanish imkoniyati bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining nafaqat xo'jalik operatsiyalarini yuritish faoliyati, balki bozor iqtisodiyotida ularni yashashning muhim shartidir.

Ma'lumki kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kreditlash moliyaviy kredit institutlari tomonidan yuqori foizli kredit deb tavsiflanadi. Chunki bunday yuqori foizli kredit bu sektorda bankrotlik bilan bog'liqdir. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy jihatdan jalb etilmaganligi ularning shaxsiy aktivlarining yetarli emasligi bilan aniqlanadi va bu esa o'z navbatida kredit bilan ta'minlashga xizmat qiladi. Bularning hammasi mamlakatimizning kichik biznes va xususiy

tadbirkorlik subyektlari bankka topshirilgan pullarni qaytarib olish, kreditlar masalasida qiyinchiliklarga duch kelayotganliklari, boshqalari esa ruxsatnomalar olishda mahalliy hokimliklar tomonidan noqonuniy ravishda "homiylilik yordami" ko'rsatilishi talab etilayotganligi, nazorat idoralari tomonidan o'tkazilgan tekshirishlarni qayd etish kitobiga kiritishdan bosh tortish hollari sodir bo'layotganini ta'kidlashdi.

Kichik biznesni kreditlashdan o'zini tortib turish omillaridan biri — bunday xizmatlarni amalga oshiradigan tijorat banklarining operatsion xarajatlari narxining katta bo'lishidir. Tijorat banklari bir necha kichik korxonalar va mikrofirmalar bilan biznesloyihalarini amalga oshirishdan ko'ra bitta yirik korxonalar bilan ishlashni afzal ko'radilar.

Rivojlangan mamlakatlarda kichik biznesni kreditlash banklar o'rtasida yuqori raqobat ostida olib boriladi. Katta korxonalar uchun bank xizmatlari bozori chegaralanmagan. Shuning uchun banklar kichik korxonalar va mikrofirmalarga xizmat qilishga majburlar.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, rivojlangan mamlakatlarda banklar kichik biznesni kreditlashga harakat qiladilar, chunki buning uchun yetarli imkoniyatlar mavjud. Banklar ixtiyoriy korxonalar kredit xizmatini ko'rsatadi va bunday xizmat korxonalar shu bankda hisob raqami ochgan yoki ochmaganligiga bog'liq emas. Kichik korxonalar ma'lum banklarga yoki hududga biriktirilmaydi. Bu korxonalar xohlagan bankga murojaat qilishadi va tanlash erkinligiga egadirlar. Bundan tashqari bank foiz stavkasini o'zi ko'rib chiqib belgilash huquqiga ega.

Banklarga kredit va depozitlar, shuningdek, xorijiy kredit liniyalari orqali beriladigan kreditlar bo'yicha foiz stavkalarini mustaqil belgilashga keng imkoniyat yaratish, banklarning komission to'lovlari miqdorlariga qo'yiladigan cheklolarni olib tashlash kerak. Banklar segmentatsiyasini tugatish, ularni yanada unversallashtirish va moliya bozorida sog'lom raqobat muhitini yaratish bugungi kunning dolzarb masalalaridandir.

Jahon tajribasi shundan dalolat berib turibdiki, zamonaviy kredit tizimining samarali ishlashi kredit uyushmalarining taraqqiyotiga bog'liqdir. Bu tizimning o'zi xo'jalik yurituvchi shaxslarni hozirgi muomalada bo'lgan bo'sh pul mablag'lari bilan eng ko'p darajada ta'minlashga qodirdir.

### **Qisqa xulosalar**

O'zbekistonda kichik biznes korxonalarini investitsiyalash va uning davlat tomonidan qo'llab - quvvatlashning mavjud tizimini ilmiy - amaliy jihatdan tahlil qilish, muammolarini aniqlash va ularni bartaraf etishni zamonaviy talablar asosida takomillashtirish lozim. Respublikada tuzilayotgan nobank moliyaviy muassasalar tijorat banklarining o'rnini bosmaydi, aksincha, moliyaviy bozordagi raqobatni kuchaytirishga, shuningdek, aholiga ko'rsatilayotgan bank - moliya xizmatlarining turlarini va sifatini ko'tarishga xizmat qiladi.

Kichik biznesga kreditlarni berish banklarning o'z shaxsiy mablag'lari, budjetdan tashqari fondlarning ( tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armalari, dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab - quvvatlash fondi) kredit tarmoqlari hisobiga, shuningdek, respublika tijorat banklarida ochilayotgan xalqaro tashkilotlarning kredit liniyalari orqali amalga oshiriladi.

## **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Banklar tomonidan kichik biznes tadbirkorlarini qo'llab-quvvatlash tadbirlarini ko'rsating.
2. O'zbekiston Respublikasida kichik biznes subyektlariga chet el investitsiyalarni jalb qilish uchun qanday imkoniyatlar yaratib berilmoqda?
3. Kichik biznesni kreditlashning qonuniy-normativ tizimi shakllana borish tadbirlarini ko'rsating.
4. Xalqaro kredit liniyalari orqali kichik biznesni moliyalashtirish tadbirlari nimalardan iborat?
5. Kichik biznesni budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari hisobidan moliyalashtirish nima?
6. Kichik biznes korxonalar investitsiyasining muammolari nimalardan iborat?
7. Kichik biznes korxonalar investitsiyasining muammolarining yechimlarini keltiring.
8. Nima uchun kredit uyushmalaridan kredit olish tijorat banklariga nisbatan osonroq va arzonroq bo'lib qolmoqda?
9. Kichik biznes korxonalariga qanday bank - moliya xizmat turlari ko'risatilmogda?
10. Kredit uyushmalari resurslari tijorat banklaridan olinayotgan kreditlardan nimasi bilan farq qiladi?

## **Asosiy adabiyotlar**

1. Фозибеков Д.Ф. Инвестицияларни молиялаштириш масалалари. - Т.: Молия, 2003.- б. Инвестиция лойиҳалари таҳлили: Ўқув қўлланма.-Т.: Шарқ, - 2004.
  2. Бизнес в 2004 году. Регулирование предпринимательской деятельности. - М.: Изд. Вес Мир, 2004.
  3. "Банк тизими: асосий вазифа- ислохотларни чуқурлаштириш".
- Ф. Муллажонов // "Бозор, пул ва кредит" №1 – 2005 й.
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
  5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## 15.1. Investitsion loyihalar tahlilining o'ziga xos xususiyatlari

Investitsiya loyihasi tushunchasi investitsiya borasida tadbirkorlik va tashabbusning natijasi sifatida vujudga kelgan hujjatlar majmuasidir. Loyihalarning ko'lamini, tuzilmasi, resurslari, qiymati va boshqalarga qarab ularni boshqarishni maxsus usullariga ehtiyoj ortib boradi. Boshqarish aslida kichik biznes tomonidan qo'yilgan maqsadlarga erishish vazifasini, loyihani amalga oshirish muommolarini bartaraf qilish, huquqlar va mas'uliyatlarni jamlash vazifasini ko'zlaydi. Iqtisodiyotni globallashtirish va integratsiyalashuvi, kichik biznesga investitsiya kiritishda chet ellik sheriklar, turli subyektlar, moliya institutlarining ishtirok etishi, ularning harakatlari va faoliyatlarini muvofiqlashtirishni talab etadi. Faoliyatni muvofiqlashtirilmasligi loyihani amalga oshirishda muvaffaqiyatsizliklarga, kapitalni yo'qotish riskini kuchayishiga olib kelishi mumkin. Investitsiya xususida qarorlar qabul qilishda. Investitsiya loyihalarini baholash, tanlash va amalga oshirishning ilmiy asoslangan usulbaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Loyiha tahlili vazifasi loyiha qiymatini belgilashdan iborat. Loyihaning qiymati uning ijobiy natijalari qiymati va salbiy natijalar(xarajatlar) ayirmasiga, ya'ni loyiha qiymati "foyda- xarajat"ga teng. Loyiha qiymatini aniqlash uchun uning barcha natijalarini baholash va loyihadan olinadigan foydani uni amalga oshirish xarajatlardan ustun ekanligini baholash kerak.

Loyihani har xil nuqtai nazardan qarash kerak. Loyiha texnik asoslanganmi? Tijorat bo'yicha yashovchanmi? U o'zini-o'zi oqlay oladimi? U iqtisodiy asoslanganmi? Loyiha atrof muhitga qanday ta'sir ko'rsatadi? Loyiha mahalliy ijtimoiy va madaniy xususiyatlarni hisobga olganmi? Loyihani amalga oshirishda tashkiliy imkoniyatlar mavjudmi? Shu bilan birga pirovard natijada ijobiy natijalar jang'arma xarajatlardan o'tadimi yoki yo'qmi? kabilarni aniqlash kerak. Shuning uchun foyda va xarajatlarni tahlil qilish loyihalashng natijasi qanday? Xarajatlarni kim to'laydi va loyihaning ijobiy natijasi qachon ko'rinadi va u kimga tegadi?

Loyiha foydasi va xarajatlari quyidagi tutgan o'rinlari bilan baholanadi:

1. Texnikaviy tahlil: loyiha texnika jihatidan asoslanganmi ?
2. Bozor tahlili: loyiha mahsulotiga talab bormi?
3. Moliya: loyiha moliya nuqtai nazardan yashovchanmi? Loyiha uchun qilingan xarajatlar iste'molchi hisobiga qaytariladimi?
4. Ekologiya: loyiha atrof muhitga qanday ta'sir ko'rsatadi?
5. Institutsional taraqqiyot: loyiha uchun javob beradigan tashkilot loyihani amalga oshirish va uni ishlatishda rahbarlik qila oladimi?
6. Loynxani ijtimoiy va madaniy munosabatlarda ishlatilishi. Loyiha mahalliy sharoitlarni aks ettiradimi? Loyiha ba'zi bir guruh odamlarga salbiy ta'sir ko'rsatadimi?
7. Iqtisod: loyihaning ijobiy natijalari uni amalga oshirishdagi va ishlatishdagi xarajatlardan ustun keladimi? Loyiha qanday tavakkalchilik bilan bog'liq?

Ushbu vazifalarning tavsifiga quyidagilar ham bog'liqdir: birinchidan, tadbirlar o'tkazilishida davlat va shaxsiy manfaatlarining inobat rolini jamiyat tanlovi foydasiga (shaxsan loyihani amalga oshirilishi kimga topshirilishi) va ikkinchidan davlat loyihalari oldida qo'yilgan maqsadga jamiyat guruhlarini o'zaro kelishuvga erishishi. Hozirgi paytda kichik biznesni investitsiya loyihalari taklifining barqaror o'sishi

kuzatilmoqda. Shuning uchun, asosiy vazifa kredit loyihalarni baholash natijasida eng samaralisini tanlab olish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag'batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash maqsadga muvofiqdir.

14.1-jadvalda Tijorat banklari tomonidan moliyalashtirilgan kichik va xususiy tadbirkorlik investitsion loyihalar majmuasi berilgan. Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, 1.01. 2004 yilda investitsion loyihalarda O'zbekiston Respublikasi Tashqi Iqtisodiy Faoliyat Milliy bankning ulushi eng ko'p (68. 2%)ni, Asakabank 16,8% ni, Paxtabank 6.5% ni tashkil qildi.

14.1-jadval

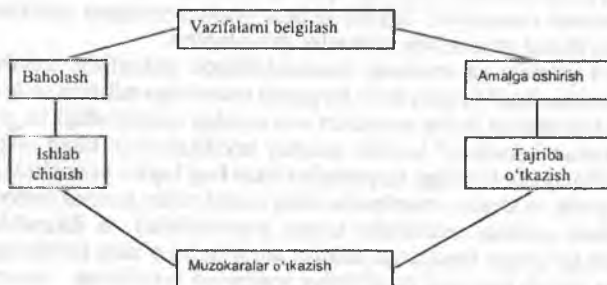
**2004 yilda Tijorat banklari tomonidan moliyalashtirilgan kichik va xususiy tadbirkorlik investitsion loyihalar**

Bank nomi	Kichik va xususiy tadbirkorlik loyihalarning soni	Kredit summasi mln. AQSH dollari	Ulush %	Loyihalarning summasi mln. AQSH dollari
O'z. Res. Tashqi Iqtisodiy Faoliyat Milliy banki	169	321,8	68,2	1,59
Asakabank	25	52	16,8	2,08
Paxtabank	18	20,1	6,5	1,12
O'zsanoatqurilishbank	8	12,5	4,0	1,56
O'zprivatbank	22	4,9	1,6	0,22
Ipak yo'libank	14	3,7	1,2	0,26
O'ztadbirkorbank	36	3,3	1,1	0,09
Uyjoyjama'armabank	4	2,1	0,7	0,53
Jami	296	420,4	100,1	7,45

Manba: O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki hisoboti materiallari.

**15.2 Investitsion loyiha sikllari**

Loyihani ishlab chiqarish va amalga oshirish bosqichlari "Loyiha sikli" tushunchasini tashkil qiladi. 15.1-chizmada "Loyiha sikli" oltita bosqich ko'rsatilgan.



15.1-chizma. Loyiha sikli

Vazifalarni belgilashga quyidagilar kiradi:<sup>28</sup> ishlab chiqish, tajriba o'tkazish, muzokaralarni amalga oshirish, ularni baholash va boshqalar.

**Vazifalarni belgilash.** Siklning birinchi bosqichi taraqqiyot toptirishning muhim masalalarini bajarilishini ta'minlab, asosiy belgilovchi g'oyalarni tanlashda tegishlidir. Loyiha shu kabi g'oyalari soniga qurilish loyihasi, kredit bilan ta'minlash dasturi va boshqa ishbilarmonlikni taraqqiy toptirish, vazifasiga erishishni ta'minlovchi tadbirlar kiradi. Bu bosqichda barcha mumkin bo'lgan iqtisodning taraqqiyot maqsadi bajarilishini ta'min etuvchi g'oyalarning ro'yxatini tuzish kerak bo'ladi. Loyiha siklining so'nggi bosqichlarida ushbu g'oyalar aniqlashtiriladi va zaruriy qattiqqo'llik bilan tahlil qilishga beriladi. Birinchi fazada iqtisodni rivojlantirishning aniq maqsadi aniqlanadi.

**Ishlab chiqish.** Loyiha g'oyasi aniqlangach loyihaning birinchi etapdan so'ng (ya'ni vazifa aniqlangach) g'oyani ko'rib chiqish davom ettirilishi zarurmi degan savolga javob topish maqsadida qaror qabul qilinishi zarur. Buning uchun loyihani texnik tavsifi, uning atrof-muhitga ta'siri, samaradorligi iqtisodiy va moliyaviy bajarilishi mumkinligi, maxsus va madaniy jihatidan ma'qulligi hamda tashkiliy choralar bo'yicha ma'qulligi ko'riladi.

Loyihaga ishlov berish jarayoniga quyidagilar kiradi: boshlang'ich bosqichda tavsiya etilgan g'oyalarni yanada aniqroq o'rganib chiqib, bir necha xil tekshirishlar, jumladan: loyihalash, iqtisodiy va moliyaviy jihatlarini ko'rib chiqish, ma'muriy boshqarishni o'rganib chiqish. Biz loyihani qanchalik har tomonlama ko'rib chiqsak, ma'qul bo'lmagan loyihalardan xalos bo'lib, eng zarur va ma'qul loyiha ustida to'xtashimiz mumkin bo'ladi.

**Tekshirib chiqish** - loyihaga moliyaviy pul ajratishdan oldin o'tkaziladigan oxirgi baholash hisoblanadi. Loyihani ko'rib chiqishning xulosasida ushbu loyihaning maqsadga muvofiqiligi, hayotga tadbir etish mumkinligi, hamda undan kelajakda ko'p foyda kelishi mumkinligi aniqlab chiqiladi.

**Kelishuv jarayoni.** Maslaxatlashish jarayonida bank va qarz oluvchi loyiha bajarilishini ta'minlashga aloqador chora-tadbirlarni ko'rib chiqadilar. O'zaro maslaxatlashish natijasida bir qarorga kelishgach, ushbu qaror yuridik majburiyat kuchiga kiradi va u kredit olishda hujjat hisoblanadi hamda u bank boshqaruvchisining ma'ruzasi bilan birga kreditlarni taqsimlovchi direktorlarga ko'rib chiqishga yuboriladi.

**Amalga oshirish.** Bu bosqichda loyiha kerakli tashkilotlarga tarqatiladi. Amalga oshirish bosqichi barcha turdagi ishlar kuzatib boriladi va nazoratga olinadi. Tekshirish tartiblari maslaxatlashish stadiyasida kelishib olishishi kerak.

**Baholash** bosqichida quyidagilar aniqlanadi: keyingi loyihalardan foydalanish uchun, loyiha maqsadi aniqlanganlik darajasi baholanadi va tajriba xulosalari aniqlanadi.

**Investitsion loyiha menejmenti.** Aniq maqsad bilan ishlangan loyiha natijasida maqsadga erishish, samarali loyiha tanlash mumkin. Loyiha menejeri ko'pchilik ishlovchilarga rahbarlik va tashkilotchilik qilib, zarur tomonga yo'naltira olsa, ushbu loyiha muvaffaqiyat qozonadi. Menejerlar ishlovchilar bilan o'zaro bog'liq munosabatda bo'lib, ishlovchilarni loyiha natijasi bilan qiziqтира olsa, shunday loyiha kutilgan natijani berishi mumkin.

**Investitsion loyiha menejeri** bu sohada tajriba va ma'lum ish qobiliyatiga ega bo'lish asosiy ahamiyatga ega. Menejerning asosiy vazifasi loyiha maqsadini

<sup>28</sup>Фулмоов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес -Т.: -Шарк, 2002.



aniqlash, uni rejalashtirish, ishga rahbarlik qilish va ish bajarish jarayonida yordam berish ish jarayonini nazorat qilish, budjetni kuzatib borish, ishlab chiqarish hajmi va loyiha resurslarini kuzata bilishdan iborat .

Loyiha egasi - davlat yoki direktorlar kengashi, aksionerlar yoki xususiy shaxs hisoblanadi. Foydalanuvchi, bozor, haridor, mijoz, foyda oluvchi shaxs va hokazorlar ana shularning talab va istaklarini e'tiborga olishi kerak. Ish jarayoniga javobgar bo'lgan bosh tashkilot, vazirlik yoki korporatsiya. Loyihani boshqaruvchi komanda biznes shtatidagi xodimlar va maslahatchilardan iborat.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Moliyaviy resurslarning mohiyati tushintiring.
2. Investsion loyiha sikllari nimalardan iborat?
3. Moliyaviy kapitalning mohiyati nimalardan iborat?
4. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalarini ko'rsatib bering.
5. Kapital investitsiyasi nima?
6. Kapital investitsiyasining turlari nimalardan iborat?
7. Investitsion loyiha menejeri nimalarni bilishi kerak?
8. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllarini izohlang.
9. Respublikamizda kichik biznesga investitsiyalar jalb qilish uchun qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?
10. Xorijiy investitsiyalar jalb qilish orqali faoliyat ko'rsatayotgan qanday kichik biznes korxonalarini bilasiz?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Fozibeков Д. Инветицияларни молиялаштириш масалалари. Т.: Молия, 2003.
2. Жўраев А.С. ва бошқ. Инветиция лойиҳалари таҳлили: Ўқув қўланма. -Т.: “Шарқ”. 2003.
3. Ғуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес. Ўқув қўланма -Т.:Шарқ, 2002.
4. Бизнес в 2004 году. Регулирование предпринимательской деятельности. - М.: Издательство Вес Мир, 2004.
5. Муллажонов Ф. “Банк тизими: асосий вазифа- ислохотларни чуқурлаштириш” //“Бозор Пул ва Кредит” №1 – 2005.
6. Бекмуратов А., Тожиев Р., Курбонов К., Солиев К., Рузиев С. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 4-қисм. Молия ва банк тизимидаги ислохотлар самараси. - Т.: ТДИУ, 2005
7. <http://www.bisnis.doc.gov>
8. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>

## XVI BOB KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI

### 16.1. Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatning o'rnini

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan ijtimoiy iqtisodiy islohotlarda tashqi iqtisodiy munosabatlar va omillar g'oyat muhim o'rin tutadi. Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rnini ham juda kattadir.

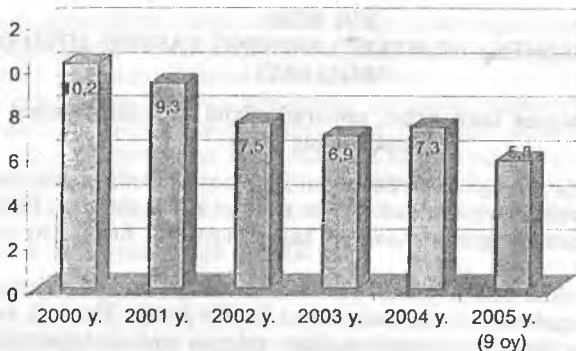
Hozirgi sharoitda tashqi iqtisodiy munosabatlar iqtisodiy va ilmiy texnikaviy rivojlanishining qudratli jadallashtiruvchisi bo'lib qoldi. Hozirgi kunda jahon amaliyotining eng yangi yutuqlarini egallash, xalqaro mehnat taqsimotida ishtirok etish mamlakatni asosiy iqtisodiy vazifalarini hal etishda qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi. Eng avvalo, tashqi aloqalarda ishlab chiqarishning eng samarali tarmoqlarini jamlash, ayni chog'da xorijdan keltirish foydaliroq bo'lgan tovarlarni ishlab chiqaruvchi quvvatlarni kengaytirishdan voz kechish imkonini beradi. Ana shu asosda butun iqtisodiyotning, uning ayrim tarmoqlarining yoki ayrim firma va korxonalarining tuzilishini tashkil etish va takomillashtirish uchun imkoniyat paydo bo'ladi.

Shuni aytib o'tish muhimki, tashqi iqtisodiy faoliyat birgalikdagi tadqiqotlar va yechimlarni tashkil etish yoli bilan ham, butun tarmoqlar va ishlab chiqarishni zamonaviy texnika bilan juda tez qayta jihozlash yo'li bilan ham va nihoyat jahon tajribasida sinovdan o'tgan va samarali qo'llanilayotgan o'rta va kichik biznes korxonalarida ishlab chiqarishni boshqarish hamda uni tashkil etishni o'rganish va tadbir etish bilan ham milliy iqtisodiyot taraqqiyotini tezlashtirish imkonini beradi. Shuningdek o'rta va kichik biznes korxonalarining tashqi iqtisodiy aloqalarini rivojlantirish ijtimoiy vazifalarni ham yanada muvaffaqiyatliroq hal etishga zamin yaratadi.

O'zbekistonda hozirgi kunda bevosita kichik ishlab chiqarishni va xizmat ko'rsatishni - kichik biznes korxonalarini tashqi iqtisodiy munosabatlarga jalb qilish, ya'ni eksport uchun mahsulot ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozorga mustaqil ravishda chiqishlarini ta'minlash, jahon amaliyoti tajribalarining eng yangi shakl va uslublarini joriy etishni jadallashtirish, iqtisodiy manfaatdorlikni vujudga keltirish hamda tashqi iqtisodiy aloqalar samaradorligini oshirish tashqi iqtisodiy jabhadagi tub o'zgarishlarning asosiy maqsadlaridan biridir.

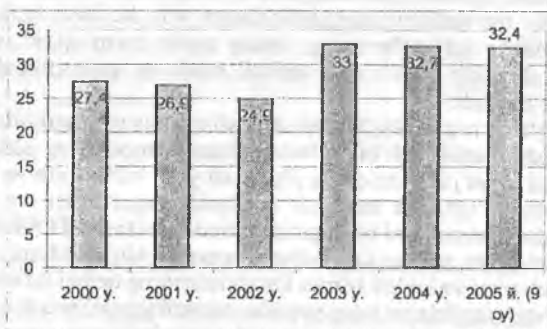
2004 yil davomida kichik tadbirkorlik subyektlarining tashqi savdo ko'rsatkichlari o'sishi bilan tavsiflanadi.

Tashqi savdo aylanmasining umumiy hajmida kichik biznes subyektlarining ulushi jami eksportning 5 foizidan va jami importning 26 foizidan ko'proq qismini tashkil qiladi. Import ulushining bu qadar yuqori bo'lishiga sabab-asosan kichik korxonalarining yangi asbob-uskunalar, zamonaviy texnologiyalar va boshqa ishlab chiqarish vositalari bilan jihozlanganligidir. Quyidagi diagrammalarda O'zbekiston Respublikasi KBXT korxonalarining eksport va importdagi ulushlari berilgan.(16.1, 16.2-rasmlar)



Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi materiallari

16.1-rasm O'zbekistonda kichik biznes subyektlarining eksportdagi ulushi (% hisobida)



Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi materiallari

16.2- rasm. O'zbekistonda kichik biznes subyetlarining importdagi ulushi (% hisobida)

2004 yilda 2003 yilga nisbatan kichik tadbirkorlik subyektlarining eksportning umumiy hajmidagi ulushi 0,4 foiz darajada o'sib, importning umumiy hajmidagi ulushi 0,3 foiz daraja kamayishi, 32,7%ni tashkil etdi. Bunda kichik korxonalar ulushiga 13,5% va mikrofirmalar ulushiga 14,7% to'g'ri kelmoqda (16.1-jadval).

Import qilingan mahsulotlarning katta ulushi mashina va qurilmalar 44,5% (3,8 foiz daraja o'sish), kimyo mahsulotlari 16,9% (2,5 daraja o'sish), rangli va qora metallar 80,4% (0,2 foiz daraja o'sish) hissasiga to'g'ri kelmoqda. Ushbu tarkibiy o'zgarishlarga ayirboshlash kursini unifikatsiyalash va milliy valyutani konvertatsiya qilish muammosini hal qilish hisobiga erishildi. Oziq-ovqat tovarlarini import qilish 9,4%ni tashkil etib, 2003 yilga nisbatan 8,4 foiz daraja pasayishi oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishda mahalliy kichik tadbirkorlik korxonalarining ulushi o'rtayotganligini ko'rsatadi. Energiya va yoqilg'i import qilish darajasining qisqarishi qayd etildi.

**Tashqi iqtisodiy faoliyatda kichik biznes subyektlarining ulushi (%)**

Ko'rsatkichlar	2003	2004
Ekspost		
Kichik tadbirkorlikning ekspordagi ulushi	6,9	7,3
Kichik korxonalar	3,6	4,6
Mikrofirmalar	1,6	1,2
Yakka tartibdagi tadbirkorlik	1,7	1,5
Import		
Kichik tadbirkorlikni importdagi ulushi		
Kichik korxonalar	14,9	13,5
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	4,8	4,5
Tashqi iqtisodiy faoliyatda ishtirok etayotgan kichik tadbirkorlik subyektlari	3246	3778

Tashqi bozorlar uchun kurashdagi muvaffaqiyatlar ko'p jihatdan tashqi iqtisodiy faoliyatning qay darajada tashkil qilinganligi va uni boshqarish sifatiga bog'liq bo'ladi.

### 16.2. Kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish muammolari

Kichik biznes korxonasi tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarishning tashkiliy tuzilmasi avvalo shu faoliyatning xarakteri, hajmi hamda ishlab chiqariladigan mahsulot xususiyatlari, korxonaning moliyaviy imkoniyatlari va ko'pgina boshqa omillarga bog'liqdir. Tashqi bozorlarni o'zlashtirishda ekspordchi korxonalar tomonidan agentlik kompaniyasi shaklidagi strategik bo'linmani tashkil qilish maqsadga muvofiqdir. Bunday ishlar xalqaro amaliyotda keng tarqalgan. Bu yerda agent deganda ekspord operatsiyalari masalalarini hal qilishga safarbar qilingan rezident nazarda tutilib, u bir tomondan tashqi bozorning holati, mavjud o'zaro hamkorlik mexanizmlari, turli ekspord bozorlarining milliy xususiyatlari, harakatlarini qarotish lozim bo'lgan potensial nuqtalar haqida qo'shimcha malumot oladi. Ikkinchi tomondan esa, bu yerda kompaniyaning global strategik miqyosda xatoga yo'l qo'yish ehtimoli juda kichikdir, chunki tashqi bozorga kirib borish darajasi va tarmoqni rivojlantirishga sarflangan xarajatlar ko'lami hali u darajada yuqori emas. Agent deyarli ekspord mahsulot ishlab chiqaruvchi kompaniyalarning bo'linmasi kabi ish tutadi, ammo uning daromadi sotilgan mahsulot uchun komission mukofotdan yoki tovarni o'z hisobiga sotib olib, o'z nomidan sotganda qo'shiladigan ustamadan iborat bo'ladi.

O'zbekiston respublikasi tashqi iqtisodiy aloqalar agentligi kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda, eng avvalo ekspord faoliyatida, shuningdek investitsiyalarni jalb etishda va boshqa faoliyatda ko'maklashadi. Kichik biznes korxonalarini, shuningdek tashqi iqtisodiy faoliyat boshqa subyektlarni huquq, narh, volyuta, moliya, kredit masalalari bo'yicha tashqi bozorning ekspordga yetkazib berayotgan mahsulotlar sifatiga, texnik

tavsifnomalarga talablar bo'yicha metodik axborot va konsultativ taminlashni amalga oshiradi. Korxonalariga tashqi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirishda keng huquqlar berilgan bo'lib, bu butun ijtimoiy iqtisodiy hayotni demokratlashtirish jarayonining ko'rinishlaridan biridir. Hukumatimiz tomonidan shu narsa belgilab qo'yildiki, mamlakat eksport bazasini rivojlantirish, tashqi bozorda raqobatga muqobil bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish, xalqaro iqtisodiy integratsiyani rivojlantirish, shu jumladan ilg'or mamlakatlarning texnologiya taraqqiyoti natijalarini o'rganish va tadbiiq etish hamda sherikchilik korxonalarining faoliyatini ta'minlash borasida masalalarini hal etish yuzasidan tadbirlar izchil hamda o'z vaqtida olib borilmog'i lozim.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi korxonalar o'z mahsulotlari bilan tashqi bozorga chiqish faoliyatlari bo'yicha qator muammolarga duch kelyaptilar.

Taxlillar va o'tkazilgan so'rovlardan ma'lum bo'ldiki - kichik va xususiy korxonalar ishlab chiqargan mahsulotlar asosan — ichki bozorga mo'ljallangan. Tashqi bozorga bop, raqobatbardosh mahsulotlar turi va hajmi juda kam miqdorda ishlab chiqiladi. Mahsulotlarni eksportga chiqarayotgan kichik biznes subyektlari — eksport protseduralarini o'tkazish murakkabligi, bojxona talablariga javob berish qiyinchiliklari, tashqi bozorlar bo'yicha axborotlar va ma'lumotlar kamligi va turli xil ma'muriy to'siqlar mavjudligini ta'kidlashgan.

Shuni ta'kidlash lozimki tashqi savdo faoliyatini tartibga solish bo'yicha bir qancha yangi qonunlar va me'yoriy hujjatlar qabul qilindi. Eksport kontraktlarni amalga oshirishning bosqichlari bu hujjatlarda aniq belgilab olingan edi. Davlat organlari tarafidan qo'llab-quvvatlanayotgan kichik biznes subyektlari talaygina imtiyozlarga egalar. Lekin baribir belgilangan 10 dan ortiq protseduralardan o'tish barcha xo'jalik subyektlarini qiyin ahvolga tushishiga sabab bo'lyapti. Jumladan, valyuta operatsiyalarida konvertatsiyalarni o'tkazish kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining masalasi xanuzgacha to'liq yechimini topmaganligi tashqi iqtisodiy faoliyatining rivojlanishiga to'ssinlik qilmoqda.

Shunga qaramasdan tashqi savdo operatsiyalarida qatnashish ishtiyoqini bildirgan kichik korxonalar soni yildan yilga o'sib boryapti va umumiy eksport ko'rsatkichlariga kichik biznes subyektlari munosib hissa qo'shib kelmoqdalar.

Agar kichik korxonalarining rivojlanishi yuqori davlat idoralari tomonidan rag'batlantirib, tartibga solib tirlsada ma'lum darajadagi shart-sharoitlar yaratilmasa ijobiy tasir etuvchi mexanizmlar, ishlarni amalga oshirish mahalliy hududiy boshqaruv idoralari tomonidan qo'llab — quvvatlanmasa, ko'zlangan maqsadga erishish qiyin kechadi. Chunki o'z iqtisodiy tabiiyatiga ko'ra kichik biznes asosan mahalliy iqtisodiyotni uzviy qismi bo'lib, ana shu hududdagi muayyan shart-sharoitlar zahirida faoliyat ko'rsatishga moslashgan bo'ladi .

Respublikada kichik biznesning takomillanishi va rivojlanishida tashqi, ichki omil va sharoitlar, ya'ni chet el mamlakatlari bilan iqtisodiy integratsiyaning yuqori saviyasi, chet el kreditlarini, chet el investitsiyalarini, zayomlarini jalb qilish, bozor munosabatlari rivojlanish darajasi infrastruktura ahvoli, tashkil qilingan iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan foydalanish saviyasi, mehnat va tabiiy manbalar muhim ahamiyatga ega.

Yaqin orada eksport va importni birdaniga boshqa yo'nalishga burish mumkin

emas. Yangi bozorlarda mahsulot va xom-ashyo sotib olish uchun valyuta kerak. U esa hozir yetarli darajada emas. Shuning uchun Respublika MDH va Rossiya bozorlarida o'z mahsulotlarini sotishni rivojlantirishi va kengaytirishi kerak. 2006 yildan boshlab O'zbekiston Rossiya bilan xalqaro iqtisodiy aloqalarni kengaytirib bormoqda. Jumladan, 2005 yilning dekabrda Respublikada Rossiya Savdo Uyi ochildi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini Rossiyaga doimiy ravishda yetkazib beruvchi tuzilmalarni vujudga keltirish ko'zda tutilmoqda. Bularning hammasi respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. Kelajakda iqtisodiy tizimni qayta qurish munosabati bilan Markaziy va g'arbiy Yevropa mamlakatlari bilan asta-sekin integratsiya bo'lishi uchun obyektiv asoslar tug'iladi.

Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun valyutaga sarf qilingan xarajatlarni qoplay olish negizida, shuningdek bevosita chet el investitsiya negizida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatga ega. Respublika shunday vaziyatda qolganki, u mablag' bilan ta'minlashning noan'anaviy usullarini jalb etmay turib, iqtisodiy vaziyatga ta'sir ko'rsata olmaydi.

Respublikaning xalqaro tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash fondlari, xalqaro valyuta fondi, Yevropa tiklanish va rivojlanish Banki, Jahon Banki va uning filiali bo'lgan xalqaro moliyaviy korporatsiya, investitsiya va kafolat xalqaro agentligi bilan hamkorligi ijtimoiy iqtisodiy dasturni amalga oshirish uchun imtiyozli ravishda kredit olish imkoniyatini tug'diradi.

Biroq respublikaning yaqin va uzoq xorijiy mamlakatlar bilan turli aloqasi qanchalik yaxshi bo'lmasin, kichik biznes rivojlanishida ichki sharoit va omillar hal qiluvchi rol o'ynaydi. Bu omillar ichida eng muhimi - bozor aloqalarining rivojlanish darajasi o'ta pastligi. Buning sababi bir tomondan bu islohotlarni amalga oshirish boshlangandan beri qisqa vaqt o'tganligida bo'lsa, asosiysi - mutanosib kuchlarning islohotlarga qarshiligi, kerakli bozor infratuzilma tuzilishining yo'qligi, boshqaruv huquqlari va uning normalarini amalga oshirish mexanizmining takomillashmaganligidir.

Respublikaning iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan (sobiq SSSR davrida respublikada 1990 yilda hududning bir foiz, aholining 3,7 foizini tashkil qilishiga qaramay, umumiy mahsulot va milliy daromad 4,3 foiz, sanoat mahsulotlari 4,5 foizdan oshiq, qishloq xo'jalik mahsulotlari 5,6 foiz ishlab chiqarilar edi) to'liq foydalanilmayapti. MDH va jahon bozorlari ahvolini hisobga olgan holda, mavjud mahalliy manbalar, xalq xo'jaligi va aholi ehtiyojlarini hisobga olgan holda iste'molchilar komissiyasi, ilmiy va eksport va ishlab chiqarish tarmoqlarining rivojlanishi yordamida iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlarining tizimlarini qayta qurishni amalga oshirish lozim.

### **16.3. Kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari**

Kichik biznes korxonalarining tashqi bozorga chiqishida bir qancha muammolar mavjud. Xususan, eksport shartnomalarini tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish jarayonlarining murakkabligidir. Shuningdek, kichik biznes subyektlariga ishlab chiqarishni

rejalashtirish hamda tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasida samarali tizim ishlab chiqilmagan. Agar rivojlangan davlatlar tajribasiga nazar solsak, buyuk tadbirkorlarning hammasi tovar ishlab chiqarish bilan shug'ullangan

Kichik biznes rivojlanishini tezlashtirishda va uning **samaradorligini oshirishda asosiy yo'nalishlar** bo'lib quyidagilar xizmat qiladi:

— soliqlar, valyuta va tashqi savdoni boshqarish borasida chet el investitsiyalari uchun mustahkam tartib o'rnatish, chet el kapitali yordamida xususiylashtirish uchun kerakli sharoitlar yaratish, investitsion loyihalar haqida ma'lumotlar tizimini tashkil etish;

— moliyaviy-kredit muomalasi tarmog'ida — kichik biznes uchun kredit muassasalari (masalan, kredit omonat muassasalar) tashkil etishga kerakli sharoitlar yaratish va kreditlar olish imkoniyatlarini kengaytirish;

— chuqur qayta ishlangan mahsulot eksporti bilan shug'ullanadigan tadbirkorlar uchun valyuta tushumini sotishni majburiy normalarini yaxshilash, banklararo hisoblash tizimini rivojlantirish, kichik korxonalar uchun asosiy fondlarning amortizatsiyasi;

— markazlashgan resurslar manbaalari, axborot ma'lumotlar bazasiga kirishni ta'minlash, tadbirkorlar va haridorlar ijtimoiy himoya kafolatini, ta'minlash;

— mahalliy o'z-o'zini boshqarish organlari tomonidan qo'llab-quvvatlashni aktivlashtirish, shu jumladan mahalliy miqyosda soliq imtiyozlarini ishlab chiqish;

— kichik korxonalar mahsulotlariga ehtiyojni va talab konyunkturasi o'rganish uchun respublika axborot tizimini tashkil etish;

— kichik venchur korxonalarga mablag' sarflayotgan xususiy investorlarning davlat sug'urtasi;

— lizing xizmatlarini rivojlantirish.

### **Qisqa xulosalar**

Respublikada kichik biznesni takomillanishi va rivojlanishida chet el bozorlarini har tomonlama o'rganish, yaxshi kuzatish va xulosa chiqarib, to'g'ri qarorga kelish va xususiy tadbirkorlar tomonidan eksport faoliyatini tashkil etish lozim. Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun valyutaga sarf qilingan xarajatlarni qoplay olish negizida, shuningdek bevosita chet el investitsiya negizida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatga ega.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish respublika iqtisodi uchun ahamiyati qanday?

2. Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni ahamiyat qanday?

3. Kichik biznesni tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish omillarini keltiring.

4. Kichik biznes samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari qanday?

5. Nima uchun kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyati samaradorligi past?

6. Markaziy va g'arbiy Yevropa mamlakatlari bilan integratsiya bo'lishi uchun respublikada qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?

7. Tashqi iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanuvch qanday kichik biznes korxonalarini bilasiz?

8. Tashqi iktisodiy faoliyatda kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi qanday?

9. O'zbekiston KBXT korxonalarining eksportdagi ulushi qanday?

10. O'zbekiston KBXT korxonalarining importdagi ulushi qanday?

### Asosiy adabiyotlar

1. Бекмуратов А., Foiпназаров Б., Аманов М., Тошхуджаев М. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохотлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. -Т.: ТДИУ, 2005.

2. Бекмуратов А., Foiпназаров Б., Аманов М., Тошхуджаев М. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохотлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. -Т.: ТДИУ, 2005.

3. Бекмуратов А., Тоиров Р., Махмудов Э., Исаков М., Тураев Ж.. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари.- Т.: ТДИУ, 2005.

4. Кичик тadbirkorlik faoliyati asoslari 1-қисм: Ўқув амалий қўлланма. Б.Ю.Ходиев, А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар – Т.: Е.Х. ГЕМПУС дасури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.

5. Шодибекова Д.А Халқаро маркетинг.Магистратура талабалари учун ма'рузалар матни. -Т.: ТДИУ, 2005.



## XVI BOB

# KICHIK BIZNES KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA LIZINGDAN FOYDALANISH

### 17.1 Kichik biznesda lizingdan foydalanishning ahamiyati

Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish, asbob-uskunalar, transport va boshqa ishlab chiqarish vositalarini sotib olishlarida bir qancha muammolarga duch kelmoqda. Chunki bu ularning "cho'ntagi" ga to'g'ri kelmaydi. Lizing esa bu kabi masalalarni hal qilishning eng samarali vositalaridan biridir. Uning g'oyat muhim tomoni shundaki, u moliyaviy resurslar cheklangan davrda korxonalarining mablag' tejashi asosida mashina va asbob-uskunalarni qisqa muddat ichida olishga yordam beradi. Ayniqsa, moliyaviy resurslarga ega bo'lmagan kichik biznes subyektlariga lizing juda ham qo'l keladi. Lizing firmalarini tijorat banklari ishida tuzish va boshqa hududlarda lizing firmasi shaxobchalarini ochish kichik biznes korxonalarini texnika resurslari bilan ta'minlashga imkon beradi.

Lizing - mashina, asbob-uskuna, transport vositalari, ishlab chiqarish inshootlarini uzoq muddatga ijaraga olish. Ijaraga berishning bu ko'rinishi keng tarqalib bormoqda, sababi ijaraga beruvchi, ya'ni lizing kompaniyasi bo'sh turgan asbob-uskunalarni yoki vaqtincha bo'sh turgan mablag'iga sotib olingan asbob-uskunalarni ijarachi firmaga foydalanishga berib turib daromad olishga imkoniyat yaratsa, ijaraga oluvchi firmaga yetarlicha o'z kapital qo'yilmalar bilan ishlab chiqarish kengaytirishga yordam beradi. Ijarachi bu mulkdan foydalanish davomida asta-sekin qarzlarni to'lab boradi. Lizing shartnomasida ijarachi shartnoma muddati tugagandan so'ng asbob-uskunalarni qoldiq qiymat bo'yicha sotib olishi, yangi kelishuv bo'yicha inrtнома muddatini cho'zishi, moddiy boyliklarni egasiga qaytarishi mumkin. Tomonlar lizing shartnomasini kelishilgan davr mobaynida bo'zishga haqqi yo'q.

Lizing kompaniyalari mashina va uskunalar sotib olish uchun shaxsiy va qarzga olinadigan mablag'dan foydalanadilar. Davlat, odatda, ularga banklardan qarz olishlari uchun imtiyozlar beradi.

Bundan tashqari, kichik biznesning mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog'i ham yuqorida ta'kidlangan lizing xizmatidan foydalanish xizmat ko'rsatish darajasini yuqori saviyada olib borish muommolarini hal etishda muhim ahamiyatga ega. Biz servis haqida gapirganda, ko'pincha, aholiga xizmat ko'rsatish madaniyatini tushunamiz. Aslida servis ancha murakkab soha. U xizmat ko'rsatish bilan bog'liq barcha muammolarni o'z ichiga qamrab oladi. Yaponiyada servis butun bir tashkiliy, iqtisodiy, psixologik, etnik masalalar majmuini hal etishni anglatadi. Shu bois, kichik biznes korxonalariga servis xizmatlarini ko'rsatish ko'lamini kengaytirish orqali yuqoridagi masalalarni hal etish foydali bo'lishi mumkin.

### 17.2. O'zbekistonda lizing munosabatlarining o'ziga xos xususiyatlari

Bizning respublikada lizing munosabatlari o'ziga xos xususiyatlardan kelib chiqmoqda. Respublikamizdagi lizing munosabatlari jahon amaliyotida umumiy qabul qilingan lizing munosabatlari bilan muvofiqlashtirilgandir.

Lizing oluvchi olingan mulkka egalik huquqini ta'minlab turishi uchun u mazkur asbob-uskunadan bitimda ko'rsatilgan maqsadlardagina foydalanishi va uning manaviy

hamda jismoniy eskirishlarini hisobga olgan holda bitim tuzishi lozim. Asbob-uskunadan foydalanuvchi o'z vaqtida va kelishilgan grafik asosida lizing to'lovlari amalga oshirishi shart. Lizing oluvchi tomonidan o'z majburiyatlarini bajarilmasligi holatlarida mulk egasi unga tegishli to'lovlarni to'lanishini va kelishilgan bitimga rioya qilinmasligi oqibatida ko'rilgan zararlarni qoplashini talab qilishi mumkin. Bitimda ko'rsatilgan kelishuvlar bo'yicha bitimni bekor qilishlari mumkin.

Konvensiya lizing oluvchining boshqa tomondan mulkiy huquqini himoya qilish bilan birga, agarda mulkdan foydalanuvchidan tashqari boshqa bir 3-chi shaxs ko'proq foyda olsa, bu holda to'liq javobgarlik mulkning egasiga o'tishini ko'rsatadi. Shuningdek, agarda bu holat foydalanuvchining harakati natijasida yuzaga kelsa hisobga olinmasligi qayd etilgan.

O'zbekiston Respublikasining bir qator qonuniy me'yoriy hujjatlarida qarz oluvchining to'lovga layoqatsizligi aniqlansa, uni to'lovga noloyiq, ya'ni bankrot deb e'lon qilish kerakligi ko'zda tutilgan. Xususan, 1996 yil 25 apreldagi O'zbekiston Respublikasining "Bank va banklar faoliyati to'g'risida"gi qonunining 35-moddasida shunday deyiladi:

- "Bankdan olingan kreditlarni o'z vaqtida qaytara olmay majburiyatlarini bajara olmayotgan qarzdor bank tomonidan to'lovga layoqatsiz deb e'lon qilinishi va matbuotda bu haqda chop ettirilishi mumkin. Bank bunday qarzdorlarni bankrot deb tan olinishini talab qilib xo'jalik sudiga murojaat qilishi mumkin".

Yuqorida qayd qilinganlardan shunday xulosaga kelish mumkinki, hozirgi vaqtda O'zbekistonda lizing munosabatlarini tartibga solishning yetarli huquqiy asoslari mavjud.

Bu tadbirlar natijasida tadbirkorlarga bo'sh bino va inshootlardan, ishlatilmayotgan asbob-uskunalardan foydalanish ishlari faollashtirildi. 2003 yilda tadbirkorlarga 5,8 mingta obyekt lizing asosida ijaraga berilgan va sotilgan bo'lib, ularning umumiy qiymati 5,8 mlrd. so'mni tashkil etdi. Vaxolanki, 2001 yilda ularga atigi 2 mingtadan kamroq obyektlar berilgan edi.

### **17.3. Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida tutgan o'rni**

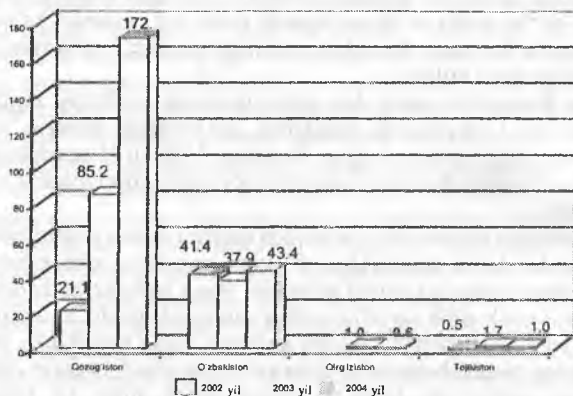
Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida tutgan o'rni va ahamiyati beqiyosdir. Yirik lizing tashkilotlar lizing bo'yicha keng ko'lamda xizmatlar taqlif qiladilar. Osiyo-Yevropa trust kompaniyasi (OYETK) bilan hamkorlikda 9 ta korxonaga uchun lizing asosida xorijiy texnika va texnologiya keltirildi. Lizing asosida 4,8 mln. AQSh dollarida xorijiy texnika va texnologiya jalb qilindi.

Jahonda eng yirik lizing tashkilotlaridan "Ebikliz"ni va milliy lizing assotsiatsiyalarining Yevropa federatsiyasi- "Lizyurop"ni alohida ajratib ko'rsatish mumkin. "Ebikliz" Gollandiya, Italiya, Germaniya, Avstriya, Buyuk Britaniya, Belgiya va Fransiya davlatlaridagi lizing kompaniyalarini o'zida mujassamlaydi. Bu tashkilot ko'pchilik hollarda Tijorat banklarning lizing bitimlarini amalga oshirishda vositachi vazifasini o'tashi ahamiyatga molikdir.

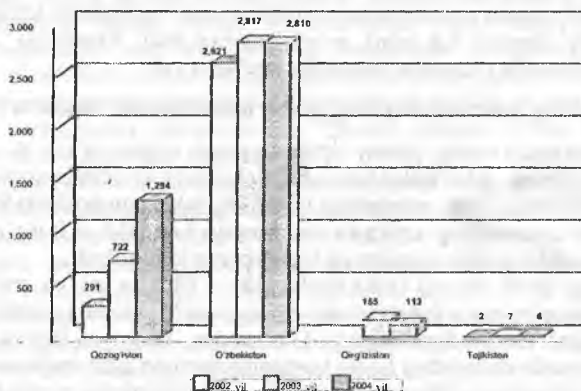
Bu jadvaldan ko'rinib turibdiki, lizing operatsiyalari bo'yicha Qozog'iston Respublikasi Markaziy Osiyo davlatlari ichida oldingi o'riunda ekanligini ko'rishimiz mumkin. Albatta bu faqat berilgan mulklar hisobiga bo'lib qolgan ko'rsatkichlar inobatga olinmagan. O'zbekiston ham 2004 yilda 43.4 mln. dollar miqdorida lizing berilganligini ko'rishimiz mumkin.

Lizing shartnomalarining miqdori bo'yicha Respublikamiz boshqa qo'shni

davlatlardan ancha oldinda ekanligini ko'rishimiz mumkin. Buning asosiy sababi mamlakatimizda lizingga davlat miqyosida e'tibor berilganligidir. Lizing tashkilotlarining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat: barcha huquqiy, soliq, moliyaviy masalalarni hal etish; bularga a'zo mamlakatlarning qonunchiliklarini o'rganish va taqqoslash; lizing firmalarini tashkil etish bilan bog'liq bo'lgan masalalarni o'rganish; lizing bitimlarining shartlari to'g'risidagi statistik ma'lumotlarni yig'ish.



17.1-chizma. Lizingga berilgan mulklarning qiymati<sup>29</sup>(mln.dollar hisobida)



17.2-chizma. Lizing shartnomalarining soni<sup>30</sup>

Lizingni iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyati beqiyosdir. Bunga sabab rivojlanayotgan davlatlarda ishlab chiqarishni rivojlantirish va shu orqali mamlakatga valyuta tushumini oshirish uchun ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan asbob-uskunalarga, yangi

<sup>29</sup> Осиё Тараққиёт Банкининг 2004 йил маълумотлари

<sup>30</sup> Shu joyga qaralsin.

texnologiyalarga ehtiyoj seziladi. Ayniqsa, oltin-valyuta rezervlari cheklangan mamlakatlarga lizing juda qo'l keladi. Chunki, asbob-uskunani sotib olishda lizing oluvchi mamlakat ishlab chiqariladigan mahsulotning eksportbopligini isbotlagan holda, va valyuta tushumini tushishini haqqoniyligini tariflab lizing munosabatlarida qatnashadi. Aynan lizingning ahamiyati shu yerda ko'zga tashlanadi.

### **Qisqa xulosalar**

Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish, asbob-uskunalar, transport va boshqa ishlab chiqarish vositalarini sotib olishlarida lizing eng samarali vositalaridan biridir. O'zbekiston iqtisodiyotini ko'tarish uchun lizing kompaniyalari bilan asosli bitimlar tuzish va shu orqali sanoatni, ishlab chiqarishni rivojlantirish mumkin. Tarixdan ma'lum, sanoati va ishlab chiqarishi samarali va yuqori darajadagi davlatlarda rivojlanish darajasi va iqtisodiy o'sish yuqori bo'lgan.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Kichik biznesda lizing ahamiyati nimada?
2. Kichik biznesda lizingdan foydalanish amaliyoti qanday?
3. Respublikada lizing munosabatlari o'ziga xos xususiyatlardan nimalarni bilasiz?
4. Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida trtgan o'rni qanday?
5. 2001-2005 yillarda O'zbekiston Respublikasida qancha miqdorida lizing berilganlgan?
6. Lizing operatsiyalari bo'yicha nima uchun Qozog'iston Respublikasi Markaziy Osiyo davlatlari ichida oldingi o'riinda turadi?
7. Respublikada lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Qishloq xojaligi mashin uskunalari lizing asosida yetkazishni Respublikamiz uchun ahamiyatini tushuntiring.
9. Respublikada faoliyat ko'rsatayotgan qanday lizing kompaniyalarini bilasiz?
10. Tijorat banklarining lizing asosida kichik biznesni texnika va texnologiya bilan ta'minlashdagi o'rni nimadan iborat?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Бекмуратов А., Foiпназаров Б., Аманов М., Тошхуджаев М. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохотлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ.
2. Бекмуратов А., Тоиров Р., Махмудов Э., Исаков М., Тураев Ж. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005.
3. Фозибеков Д.Ё. Инвестицияларни молиялаштириш масалалари. Т.: Молия, 2003.
4. Шодибеков Д.И., Шодибекова Д.А. Молиявий менежмент Магистратура талабалари учун ўқув қўлланма./ -Т.: ТДИУ.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## XVIII BOB KICHIK BIZNES TIZIMIDA FRANCHAYZING

### 18.1. Franchayzingning mohiyati

Kichik biznes tadbirkori ba'zi hollarda o'ziga ishlatish uchun tayyor korxonani imtiyozli shart bilan boshqa davlat(firma)dan yoki ularning texnologiyasi, tovar markazi (belgisi)dan foydalanish huquqini, ya'ni franchayzingni oladi.

Franchayzing - tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki alohida ishbilarmonlar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat.

Jahondagi ko'p davlatlarda ishbilarmonlikning franchayzing tizimi o'zining samarali faoliyat ekanini isbot qildi. Hozirda franchayzing AQSh da, Kanadada, Yaponiyada, G'arbiy Yevropada yaxshi rivojlanmoqda. "Makdonalds", "Adidas", "Koka-Kola" boshqalar franchayzingli kompaniyalardir. Masalan, franchayzing "Doka pitsa" dastgoh va texnologiyalarni yetkazib beradi, har xil turdagi material va jihozlar bilan ta'minlaydi (nakleykalar, reklama plakatlar, bukletlar, uslubiy tavsiyanomalar), o'qitishni tashkil qilish, original firma ko'rsatmalarini berish va boshqa o'z ishini yo'lga qo'yish uchun zarur bo'lgan narsalarini yetkazib beradi.

Hamkorlik davlatlari orasida birinchi franchayzingli tizimlar Rossiya Federatsiyasida paydo bo'lib, hozirda "Interkongress Silling" (Sankt- Peterburg) firmasi faoliyat ko'rsatmoqda.

### 18.2. Franchayzingning asosiy turlari va qoidalari

Franchayzing tizimi franchayzing bitimiga asoslanadi. Yirik firma bitimga asosan boshqa firma yoki ishbilarmonlarga xodimlarni tayyorlashda, dastgohlarni sozlashda, texnologiyani o'zlashtirishda, tashkiliy masalalarda, reklamada, ta'minotda, mahsulot sotishda yordam ko'rsatish majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Bu xizmatlar uchun kichik firma ularga vaqti-vaqti bilan to'lovlar to'lab turadi hamda o'z kapitalining bir qismini investitsiya qiladi, marketing va menejment bo'yicha xizmat ko'rsatish majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Franchayzingning asosiy prinsiplari: franchayzingning "nou-xau"sini franchayzing kapitali bilan birlashtirish. **Franchayz** — litsenziya asosida biznes olib borish uchun ma'lum belgilangan miqdordagi badal.

Franchayzing tizimi o'zining afzallik tomoni va kamchiligiga ega. Franchayzing tizimning foydali tomoni quyidagilardan iborat: franchayzerning sotib olish uchun to'lagan to'lovi zaruriy kapitalni ta'minlaydi va kelajakdagi moliya bilan ta'minlash tashqi zavomlarsiz amalga oshiriladi, qandaydir yangilikni amaliyotda kichik tavsakkalchilik bilan tekshirish imkonini beradi.

Kamchiliklari quyidagilardan iborat: franchayzer o'z daromadini ushbu tizim qatnashchilari bilan bo'lishadi, bu esa boshqa firmalarga qaraganda daromadni pasaytiradi. Franchayzingni franchayzat (kichik firma) uchun foydali tomoni shundan iboratki, kichik shakldagi bizneslar tashkil etish uchun kam kapital xarajat talab qiladi, bu esa erkin ishbilarmon bo'lish uchun qo'shimcha imkoniyat yaratadi. Haridorlar uchun keng ma'lum bo'lgan firmani va uning mahsuloti nomi franchayz qo'shimcha xarajatsiz avval bunyod etilgan tovarning "imidj"ini va oldindan tekshirib ko'rilgan shakllarini ishlatishga imkon yaratadi.

Undan tashqari bosh firma kelajakda yangi kiritilayotgan texnik vositalar, texnologiyalar va reklama qiymatini bir qismini qoplash majburiyatini o'z zimmasiga oladi va barcha zaruriy xizmatlar ko'rsatadi.

Franchayzingni ikkita asosiy turi mavjud: tovarli va ishbilarmonli. Tovarli franchayzing franchaziatga har xil tovar guruhlariga tegishli bir to'plam tovarni sotish bilan bog'liq to'lanadigan haq franchayziatlardan ma'lum sharoitlarda undiriladi.

**Ishchanlik franchayzingi** haqidagi kelishuv quyidagi xizmatlar ko'rsatilishini aks etirishi mumkin: xizmatchilarni o'qitish, mutaxassislar tomonidan korxonaning qurilishi uchun maydon tanlash, asosiy fondlarni ijaraga topshirish yoki tayyor korxonani ekspluatatsiya qilish, xo'jalik faoliyati sohasidagi bilim va tajribalar bilan ta'minlab berish.

Har qanday franchayzing tizimining asosini tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi **franchayzing shartnomasi** tashkil qiladi. Qabul qilingan kelishuvga binoan hech qaysi bir tomon boshqa tomonning soliq va qarzig'a javob berishga majbur emas. Shuning uchun shartnoma imzolalanishdan avval asosiy vaziyatlarini chuqur ko'rib chiqishi va omilkor mutaxassis bilan maslahatlashish zarur. Shartnoma tuzishda quyidagilar aniqlanishi shart:

Mahsulot sotish uchun franchayziatda texnik, franchayzerda esa xizmat ko'rsatish imkoniyatlari bormi; raqobatchi mahsuloti bilan solishtirib sotish uchun taklif qilgan franchayzerning mahsuloti noyobmi; franchayziat uchun mahsulot tayyorlab beruvchi va aniq bir yordam ko'rsatuvchi, franchayzining oldida qaysi darajada javobgar bo'ladi; korxonaning (franchayzerning) moliyaviy ahvoli qaysi holda, franchayziat kimning mahsuloti bilan savdo qilmoqchi; shu asosda ishlovchi boshqa korxonaga egalariining asosiy faoliyati va ish uslubi qanday; franchayzingda ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan va har doim o'zgarib turuvchi texnologiya, imkoniyat va resurslar bormi; franchayzing shartnomasining davomiyligi qanday; shartnomani o'zgartirishga qanday shartlar va xarajatlar kerak; mahsulotni chet eldan keltirish qanday muddatda amalga oshiriladi, uzilish xavfi yo'qmi, chet el valyutasini yo'qotish mumkinmi; mahsulot narxiga ta'sir ko'rsatish bilan bog'langan holda import uchun boj qo'yiladimi va qandaydir qoida bormi; franchayzga keladigan, franchayziatning korxonaga (franchayzerga) to'lashi kerak bo'lgan litsenziya to'lovi pul miqdori qancha (agarda u qo'yilgan bo'lsa), bu pul miqdori qoidaga ko'ra korxonaning reklamasi uchun doimiy xarajatga, mahsulotni olg'a siljishi uchun tadbirlar uyushtirishga sarflanadimi.

Franchayzing shartnomasini tugatishdan avval quyidagi savollarni hal qilib olishlari shart: o'z ishini qarindoshlariga meros qilish imkoniyati; korxonaga turar joyini o'zgartirishning maqsadga muvofiqligi; tadbirkorlik faoliyatini kengaytirishning maqsadga muvofiqligi va boshqalar.

### **Qisqa xulosalar**

Franchayzing - bu tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki alohida ishbilarmonlar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat. Har qanday franchayzing tizimining asosini tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi franchayzing shartnomasi tashkil qiladi.

## **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Franchayzingning mohiyati nima?
2. Horijda franchayzingdan qanday foydalaniladi?
3. Franchayzingning asosiy turlari tushuntiring.
4. Franchayzingning asosiy qoidalarini tushuntiring
5. Kichik va katta biznes korxonalari o'rtasidagi munosabatlar qanday tashkil qilinadi?
6. Hozirgi sharoitda kichik biznesda franchayzingningdan foydalanilishning qanday imkoniyatlari ochilmoqda?
7. Tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi franchayzing shartnomasi shartlari nimaladan iborat?
8. Respublikamiz amaliyotida franchayzingdan foydalanayotgan qanday korxonalar mavjud?
9. Franchayzingni kichik biznes korxonalar amaliyotiga qo'llashda qanday qiyinchiliklar mavjud?
10. Qaysi xorijiy kompaniyalarni franchayzing bo'yicha tajribasini respublikamiz kichik biznes korxonalar faoliyatiga qo'llash mumkin?

## **Asosiy adabiyotlar**

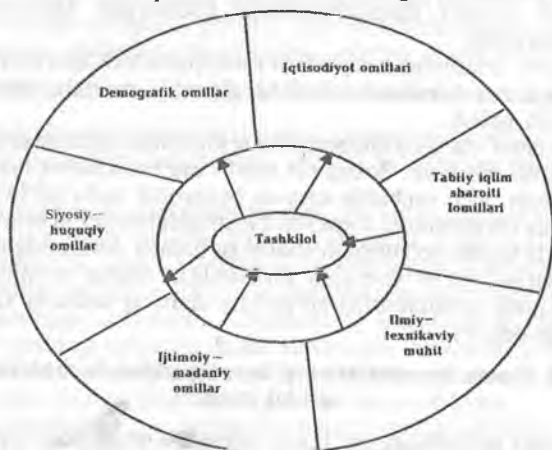
1. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно-практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004, - 124с.
2. Менеджмент малого бизнеса: Учебник. Под. Ред. Проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004, -269с.
3. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес. -Т.:Шарқ,2002
4. Абдуллаев А.,Муфтайдинов қ. Айбешов Х. Кичик бизнесни бошқариш. -Т.: Молия, 2003, -191б.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## XIX BOB KICHIK BIZNESNING HAYOTIY SIKLI

### 19.1. Kichik biznesning hayotiy sikli to'g'risida tushuncha

Kichik biznes korxonasining hayotiy sikli-bu uning bunyod etilishidan tugatilgunigacha bo'lgan davri yoki ishlab chiqarish faoliyati davri hisoblanadi. Korxonaning hayotiy siklining to'rtta bosqichi mavjud: bunyod etish, o'sish, differentsiatsiyalash, jipslashtirish. Hayot sikliga bozor subyekti o'z tijorat-xo'jalik faoliyatida ijtimoiy-iqtisodiy muhit ham katta ta'sir ko'rsatadi.

Iqtisodiy atrof-muhit holatiga yo'naladi. Milliy bozorga chiqish arafasida turgan kichik korxonaga o'z faoliyatini shakllantiradi, nazorat qiladi. Bunda quyidagi omillarni ko'rib chiqishi maqsadga muvofiqdir: nazorat qilinadigan faktorlar (tovar, narx, tovar harakati va taqsimlanishi kanallari; sotishni rag'batlantirish); ularni ma'lum darajada kichik korxonaga tomonidan boshqarilishiga yo'l qo'yiladi; nazorat qilinmaydigan faktorlar (iqtisodiy iqlim, siyosiy kuchlar, raqobat strukturasi, jamiyatning ijtimoiy ahvoli), ular kichik korxonaga tomonidan boshqarilishiga yo'l qo'yilmaydi (infrastruktura, texnik rivojlanish darajasi, raqobatbardoshligi madaniyatning holati, ta'lim, sanoat, huquq). 19.1 rasmda tashqi muhit omillari berilgan.



19.1 rasm tashqi muhit omillari.

Kichik biznes korxonasi hayot siklining birinchi bosqichi bozorda paydo bo'lishi bilan tavsiflansa, ikkinchisi - bozorda tutgan o'rnini mustahkamlash bilan, uchinchisi -xo'jalik faoliyatni differentsiatsiya qilish, yangi bozorlarni o'zlashtirishi, to'rtinchisi -yangilik kiritish, strategiyani qayta ko'rib chiqish bilan yoki bankrot bo'lish bilan izohlanadi. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini quyidagi hayotiy siklini ajratib ko'rsatadilar (xuddi tirik jondek):

- tug'ilish davri; bolalik davri;



- o'spirinlik davri;
- dastlabki yetuklik davri;
- o'rta yetuklik davri;
- oxirgi yetuklik davri;
- qarish davri.

1. Tiklanish davri (faoliyatini to'xtatish, bankrot bo'lish payti). Tug'ilish davri yangi haridorning talabini qondirish, bosh bozor maydonini yangi segmentini egallash. Asosiy maqsad raqobatga bardosh berish, shuning uchun barcha ishlarda tashabbuskorlik, muvaffaqiyatga erishish, cheksiz mehnatsevarlik, jangovarlik, iloji boricha ko'proq foyda olishga intilishlik hisoblanadi.

2. Bolalik davri -hayot siklidagi eng xavfli bosqich hisoblanadi. Bu bosqichda asosiy maqsad qisqa muddatli muvaffaqiyat hisoblanadi, asosiy belgisi bu maqsad sari intilish, raqobatchi tashkilotlarga asosiy ahamiyat berish. Bu bosqichda 90% korxonalar bankrot bo'ladilar.

3. O'spirinlik davri - bu bosqich kichik biznsni barqarorlik jarayonining shakllanishini boshlanishidir. Faxm-farosatli tavakkalchilik o'rniga ilmiy hisob-kitoblar ishlatiladi. Tashkilot bozorda o'z maydonini egallab daromad olishni barqarorligini rejalashtirishni amalga oshiradi.

4. Dastlabki yetuklik davri - bu kichik biznes korxonasini yangi faoliyat sohalariga asta-sekin kirib borishi, diversifikatsiyani kuchayishi, faoliyat ko'lamlarini kengayish bosqichidir.

5. Qarish davri - o'sishning susayishi va katta qiyinchiliklarni mavjudligi. Bunday qiyinchiliklarga kichik korxonalar bardosh berolmasligi mumkin. Bunda bosh vazifa korxonani saqlab qo'lish.

6. Tiklanish davri - faoliyat taraqqiyotining jonlanishi korxonaga to'la majmuaviy o'zgarishlarni o'tkazish zarur. Boshqaruv usuli - uyg'otuvchanlik beraxmlik belgilari bilan ajralib turadi, agar rahbarlik susaysa bankrotlik sodir bo'lishi mumkin.

Kichik biznes korxonalarini u yoki bu hayot sikli bosqichni bosib o'tish sezilari ravishda bozorda paydo bo'layotgan sharoitga hamda davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosatiga, ya'ni yuqorida ko'rsatilgan tashqi omillarga bog'liqdir. Korxonalar ishining samaradorligi ko'pincha ularning tashkiliy tarkibiga hamda rahbarlik usuliga bog'liq.

## 19.2. Kichik biznes korxonalarining hayotiy siklini boshqarishni samarali tashkil etish

Respublikamiz iqtisodiyotining bozor iqtisodiga o'tish boshqaruv masalalariga boshqacha munosabatni talab qiladi. Yirik korxonalardan farqli o'larok, kichik biznes korxonalarining hayot sikli barqaror bo'lmay, statistik ma'lumotlarga ko'ra, dastlabki besh yil mobaynida ularning yarmidan ko'prog'i o'z faoliyatini to'xtatadilar. Bu esa, yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, yana kichik biznes sohasini qo'llab-quvvatlovchi maxsus infratuzilmalarning faoliyati bilan bog'lanadi.

Kichik biznes korxonasining birinchi ikki bosqichda "xo'jalik yurituvchi subyektni tug'ilishi" va "bolalik davri" kichik biznesni tashkil qilish bilan bog'liq muammolarning mavjudligi bilan tavsiflidir. Bunga sabab G'arb mutaxassislari hisobi bo'yicha bankrotlikni deyarli 60% korxonani boshqara olmaslikda va tadbirkorlik faoliyatini samarasiz rejalashtirilishi sabab deb biladilar. Shuning uchun boshqaruv

mehnatni to'g'ri taqsimlash, tadbirlarni maqsadga muvofiq o'tkazish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Bundan tashqari Respublikamzdagi kichik korxonani tashkil qilishdagi byurokratizm va huquqbuzarliklar ish boshlayotgan tadbirkorlarning faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Kichik biznes bo'yicha mutaxassislar boshqaruvni shakllarini izlab topishda quyidagi fikr mulohazalarga ahamiyat beradilar: har qanday boshqaruv usuli ma'lum vazifa va maqsad bilan bog'liq bo'lmog'i kerak. Rahbarning hulqi har xil maqsadlarga erishishga, imkon yaratadi. Shuning uchun har xil turdagi boshqaruv hulqiga, vaziyatga to'g'ri keladigan boshqaruv usulini topishga harakat qiladilar. Bu esa qarorlarni izlash, qabul qilish va bajarilishini hamda ular oqibatini nazorat qilishni taqazo qiladi.

Korxonalar rahbarlari ishlovchilar mehnatini to'g'ri tashkil qilishni ta'minlash emas, balki korxonani moliyaviy, ma'muriy, tijorat va moddiy boyliklarini to'g'ri ishlatish masalasini hal qilishi ham kerak. Shuning uchun boshqaruvni doimiy takomillashtirilishi firmani tez o'zgaruvchi tashqi muhitga ko'nikish qobiliyatiga bog'liq, ya'ni tabiiy tashkiliy jarayonlarga aralashish ta'sirini pasaytirish o'rniga ko'paytirish zarur. Korxonaning ishini yaxshilash uchun rahbarlar tartib intizomni yaxshilashi ishlovchilar orasida vaziyatlarni, nizolarni bartaraf etishi, uning natijasida jamoada psixologik munosabatlarni sog'lomlashtirish zarur.

Ular ko'pincha bunday vaziyatlarni sezishlari, bezovta bo'lislari va ularni bartaraf qilishlari zarur. Firmaning rahbari o'z vaqtida odamlar ongidagi bu kabi qarama-qarshiliklarga tushunib yetishi, ishlovchilarni barcha kuch, bilim va tajribalarini korxonalar faoliyatini yaxshilashga safarbar qilishi lozim.

### **19.3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligini ta'minlash**

Kichik biznes korxonasi hayot siklini har qanday bosqichida, uning moliyaviy moslashuvchanligini zaruriy saviyada o'z vaqtida baholash va qo'llab-quvvatlashi muhim hisoblanadi.

**Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligi** - bu ko'rsatkichlar majmuasi bo'lib, uning aktivlari qanchalik likvidligini, qo'shimcha moliyaviy vositalar olish imkoniyati qandayligini, ishga kiritilmagan kapitalini foizi qanchaligini va korxonalar o'zining investitsion va ishlab chiqarish faoliyatini o'zgartirish qobiliyatiga qay darajada ega ekanligini aniqlaydi. Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligini aniqlash uchun quyidagi baholash tizimi ishlatiladi: aktivlarni yuqori likvidligi; aktivlarni sifat tuzilishi va ularni narx tavsifti; aktivlarni korxonalar o'zining siyosatini tashqi muhit o'zgarishlariga bog'lab o'zgartira olish qobiliyati.

**Aktivlarning likvidligi** — bu moddiy boyliklarni sotib naqd pulga aylantirishdagi yengillikdir. Ba'zi bir aktivlari o'zaro shunday bog'langan bo'lislari mumkinki, bittasini yo'qotish boshqasini samarali ishlatilishiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Korxonalar o'z material aktivlarini boshqa aktivlarda keltiradigan daromadiga salbiy ta'sir ko'rsatmasdan sota olishi unga moliyaviy ustunlik keltiradi. Masalan, "Xolding" kompaniyasining aksiyalarini sotish boshqa tez sotiluvchi qimmatbaho qog'ozlarni, obligatsiyalarni sotilishiga salbiy ta'sir ko'rsatmaydi.

Kichik biznesda ko'pchilik tadbirkorlik tarkiblarining qisqa hayotiy davri korxonalarida bozor iqtisodiy sharoitida huquqiy bilimlarni o'zlashtirishga sabab bo'luvchi zaruriyatdir. Bu taraqqiy topgan davlatlarni ko'p yillik tajribasi asosida qimmatbaho qog'ozlar portfeli bilan ishlashni o'rganishdan iboratdir.

**Qimmatbaho qog'ozlar portfeli** - bu butun bir tanxo boshqariladigan qimmatbaho qog'ozga kiritilgan mablag'lar yig'indisidir.

Qimmatbaho qog'ozlar portfelini boshqarish - portfel tarkibini tahlil qilish, tartibga solish va rejalashtirish, uni shakllanish faoliyatini amalga oshirish va qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun uning zaruriy likvidli saviyasini, u bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni kamayishini saqlab qolishdir. Portfel quyidagi maqsadlar uchun bunyod etiladi: foiz olish, kapitalni saqlab qolish va kapital uchun o'sishni ta'minlash (qimmatbaho qog'ozlarni kurs qiymatini oshishi hisobiga). Ushbu maqsadlar maqbul bo'lishlari va turli qimmatbaho qog'ozlar portfeliga to'g'ri kelishi kerak.

### **Qisqa xulosalar**

Kichik biznes korxonalari hayot sikli 4 bosqichdan iborat bo'lib, bu bosqichlarda korxonaning moliyaviy, ma'muriy tijorat va moddiy boyliklarni to'g'ri ishlatish lozim. Kichik biznes korxonalarini u yoki bu hayot sikli bosqichni bosib o'tish sezilarli ravishda bozorda paydo bo'layotgan sharoitga hamda davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosatiga, ya'ni tashqi omillarga bog'liqdir. Korxonalar ishining samaradorligi ko'pincha ularning tashkiliy tarkibiga hamda rahbarlik usuliga bog'liq.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini qanday hayotiy siklini ajratib ko'rsatadilar?
2. Kichik biznes korxonalarining hayoti siklini boshqarishni samarali tashkil etish usullarini ko'rsating.
3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligi nima?
4. Uni qanday ta'minlash mumkin?
5. Aktivlarning likvidligi nima?
6. Kichik biznes korxonalarining hayoti siklini bosqichlarida korxonaning moliyaviy ma'muriy tijorat va moddiy boyliklarni qanday ishlatish lozim?
7. Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligi nima?
8. Kichik biznes korxonalarini hayot siklini qanday oshirish mumkin?
9. Biznes muhiti haqida nima deya olasiz?
10. Respublicamizda biznes muhitni yaratish uchun qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.
2. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004.
3. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.: Шарқ, 2002.
4. Абдуллаев А.,Муфтайдинов, Айбешов Х." Кичик бизнесни бошқариш: Дарслик. Т.: Молия.- 2003.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## XX BOB KICHIK BIZNESDA BANKROTLIK

### 20.1. Bankrotlik - raqobat kurashining obyektiv hodisasidir

**Bankrotlik** -bu xo'jalik sudining qarori bilan kichik biznes subyektning iqtisodiy qashshoqligi, uni qarz majburiyatlari bo'yicha to'lovga qobiliyatsizligini oshkora e'lon qilinishi. Bu bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat kurashi natijasida vujudga keladigan oddiy holat bo'lib, unda nochor tadbirkorlik tizimi o'zining xo'jalik faoliyatini to'xtatadi. Kreditorlarga qarzni qaytarish maqsadida bankrotlikga uchragan tadbirkor yoki korxonada mulkini sotadi. Hozirgi kunda respublikamizdagi ko'pgina tadbirkorlik tizimlariga bankrotlik og'ir moliyaviy ahvoldan chiqishga, xo'jalik yurituvchi subyektlarga yordam ko'rsatishga, avvalgi turg'unlikni tiklashga va yana to'lash qobiliyatiga ega bo'lishiga yo'l ochib bermoqda. **Bankrot** -bu jismoniy yoki yuridik shaxs (xo'jalik yurituvchi subyekt), xo'jalik sudi qarori bilan iqtisodiy qobiliyatsiz korxonani qarzdor deb atalishidir. Ikkinchi variant amaliyotda tadbirkorlik tarkibini sog'lomlashtirish (sanatsiya) usuli sifatida ishlatilishi mumkin. Sanatsiya (lotincha - davolash, sog'lomlashtirish ma'nosini bildiradi)-bu-sanoat, savdova boshqa korxonalarini bankrotlikdan saqlab qolish uchun yirik banklar va davlat tomonidan o'tkaziladigan tadbirlar tizimidir. "Iqtisodiy qashshoqlik va bankrotlik haqidagi" qonun bankrotlik jarayonini favqulotda voqea deb qaraydi. Korxonaning fuqaroviy huquqiy majburiyatlarini bajarmasligi, qarzlarni aktivlardan ortiqligi subyektini bankrot deb bilishga asos bo'lolmaydi. To'lay olmaslik qobiliyati uzoq muddatli bo'lishi, ayrim sabablarga ko'ra o'zgaruvchan bo'lishi ham mumkin.

Bankrotlik qarzidor va kreditorlar orasida qarzlarni to'lash to'g'risida tinchlik yo'li bilan kelishish imkoni ko'zda tutadi. Tinchlik yo'li bilan kelishuvning qarorini kreditorlarning umumiy majlisida qabul qilinadi va xo'jalik sudi tasdiqlaydi.

Bankrotlik zamini - bu ma'lum haqiqiy holat bo'lib, uni aniq sharoitni hisobga olib baholash zarur. Yomon niyat va qalbaki bankrotlik muammosini qo'shimcha ravishda qayta qo'rib chiqish talab etiladi.

Biroq, hozirgi vaqtda MDH ning bir qator davlatlarida lizing beruvchi mulkni foydalanishga bergan tomonning to'lovga layoqatsizligini aniqlansada, uni faoliyatini tartibga solishning huquqiy asoslari to'liq o'rnatilmagan. Chunki, lizing oluvchi tomon bankrot deb e'lon qilinsada, u mulkning haqiqiy egasi hisoblanmaydi va unda to'lovni undirish masalasi to'liq hal etilmagan. Bankrotlik holatida lizing bitimi lizing oluvchining aybi bilan bekor qilingan hisoblanadi, lizing oluvchi lizing beruvchiga bitim buzilganligi natijasida yuzaga keladigan zararlarni to'liq qoplashi shart. Bankrot bo'lgan korxonada o'zining majburiyatlarini to'lashda kontragentlari qatoriga lizing beruvchi ham o'ziga to'lovlarni undirishi uchun navbatga, ya'ni ro'yxatga qo'yiladi va o'matilgan tartibda to'lov amalga oshiriladi.

### 20.2. Kichik biznes korxonalarining inqirozga uchrashi sabablari

Xorijiy davlatlardagi korxonalarining oyoqqa turishi va taraqqiyotiga oid tajribalardan kelib chiqqan holda shuni aytish kerakki, kichik biznes korxonalarini moliyaviy krizisi va bankrotligining sabablari -bu talabni qisqarishi, ishlab chiqarish hajmining pasayishi, uning izdan chiqishi va ma'lum boshqaruv tizimining yo'qligidir.

Kichik biznes korxonalarini bankrot bo'lish imkonini baholashda quyidagi

ko'rsatgichlar nisbatini tahlil qilish zarur: barcha aktivlarga aylanma kapitalini nisbati; qarzlarni aksionerlik kapitalga nisbati; barcha passivlarni barcha aktivlarga nisbati; asosiy kapitalni aksionerlik kapitaliga nisbati; sof foydani barcha aktivlarga, operatsiyalardan kelib tushadigan naqd pullarni barcha passivlarga nisbati; sof foyda plus kredit bo'yicha foizni kredit bo'yicha foizlarga nisbati.

Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan **24 iyun 2005 yilda** qabul qilingan "Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi huquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida" **Farmonida** quyidagilar belgilab qo'yildi – **birinchidan**, tadbirkorlik subyektlari tomonidan birinchi marta sodir etilgan, qasddan qilinmagan va kam ahamiyatli, shuningdek Davlat budjeti va davlat maqsadli jamg'armalariga to'lovlar kamroq tushishiga olib kelmaydigan huquqbuzarliklar uchun mansabdor shaxslarga nisbatan qonunda belgilangan tartibda materiallarni sud organlariga taqdim etmasdan faqat ma'muriy javobgarlik choralari qo'llaniladi; **ikkinchidan**, materiallar sud instansiyalariga topshirilgan hollarda, tadbirkorlik subyekti soliqlar, yigimlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lamaganlik uchun sodir etilgan huquqbuzarlik tufayli yetkazilgan zararining o'rni bir oy mobaynida ixtiyoriy ravishda qoplagan hamda uning oqibatlarini bartaraf etgan, jumladan penya to'lagan tadbirkorlik subyekti moliyaviy sanksiyalar qo'llanilishidan ozod etilishi belgilab qo'yildi.

### **20.3. Kichik biznes subyektlarini tugatish va qayta tashkil etish**

"Bankrotlik" haqidagi qonun davlat hududida xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan birgalikda ularning mulk shaklidan qat'iy nazar yuridik va jismoniy shaxslarning mulkiy munosabatlariga ta'sir ko'rsatadi.

Bankrotlik deb topilishdan maqsadi iqtisodiy nochorlik belgilarini erta bosqichda aniqlash, kichik biznes korxonalarini sanatsiyalash yoki tugatish bo'yicha tadbirlarni ishlab chiqishni amalga oshirish yo'li bilan korxonalar bankrot bo'lishining oldini olish va ularning to'lovga qobilligini qo'llab-quvvatlashdan iboratdir.

Iqtisodiy holatiga bog'liq ravishda korxonalar quyidagi guruhlarga bo'linadi:

- barqaror moliyaviy ahvolga ega;
- iqtisodiy tavakkalchilikga ega;
- iqtisodiy nochor.

Iqtisodiy tavakkalchilik belgilari aniqlanganda korxonalar moliya-xo'jalik faoliyatini sog'lomlashtirish bo'yicha tadbirlar majmuini ishlab chiqishlari va amalga oshirishlari kerak.

Iqtisodiy nochor korxonalar qonunga muvofiq bankrotlik to'g'risida e'lon berish yo'li bilan majburan (ixtiyoriy ravishda) tugatilishi kerak.

Pul majburiyatlari va majburiy to'lovlar bo'yicha muddati o'tgan qarzlarning qonunga muvofiq majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatlari va pul majburiyatlari bo'yicha kreditorlarning talablarini bajarish payti kelishi bilan belgilanadi (masalan,

soqilarni byudjetga har oyda yoki har chorakda, hisobot davridan keyingi muayyan sanada to'lash muddatlari).

Qarzar summasini belgilash paytida muddati o'tmagan, uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar va zayomlar, ya'ni to'lash muddati kelmagan uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar va zayomlar summalari chiqarib tashlanishi mumkin.

Muddati olti oydan oshib ketgan qarzarlar to'grisidagi ma'lumotlar "Debitorlik va kreditorlik qarzlari to'grisidagi ma'lumotnoma" degan 2-a-Moliyaviy hisobot shaklidan olinadi.

Iqtisodiy nochorlikni belgilash uchun mazkur hujjat bilan tasdiqlangan ko'effitsiyentlarning me'yoriy qiymatlari barcha kichik korxonalar uchun yagonadir. o'z xo'jalik faoliyatini davom etirayotgan subyektlarini va ularning kreditorlari orasidagi o'zaro munosabatlarni tartibga solishdan iboratdir.

Qarzdorga (bankrotga) nisbatan xo'jalik sudi tomonidan quyidagi choralar ko'rilishi mumkin: sanatsiya, tugatish, tinchlik kelishuvi. Bu yerda sanatsiya deganda tarkibni qayta tuzish tartibi, mulk huquqini o'zgarishi, qarzdorni mulk tomonidan, yoki vakolat berilgan idora, yoki boshqa shaxslar tomonidan ushbu qarzdorni va uning mehnat jamoasini saqlab qolish niyatida moliyaviy qo'llab quvvatlash tushuniladi. Agar xo'jalik sudi qarzdorni mulki bankrotlik ishi bo'yicha olib boriladigan ishlar xarajatiga yetmasligini aniqlasa, unda sud qarzdorni bankrot deb e'lon qiladi va bankrotlik ishini tugadi deb hisoblaydi. Agar bankrotlik tinchlik kelishuvi tuzish bilan tugasa yoki bankrotlik ishini xo'jalik sudi to'xtatsa, yoki qarzdorda o'z faoliyatini davom ettirish uchun barcha shikoyatlardan so'ng yetarli mulki qolsa unda yuridik shaxs tugatilmaydi. **Tinchlik kelishuvi**-bu qarzdor va kreditorlar orasidagi qarzlarni to'lash to'g'risidagi kelishuv bo'lib, unda qarzlarni kamaytirish yoki ularni to'lash muddati o'zaytirish va boshqa tomonlarni kelishuvi bilan amalga oshiriladigan shartnomalar ko'zda tutiladi.

Tinchlik kelishuvi tuzilgan deb quyidagi holatlarda hisoblanadi:

1. Qarzdor qarzlarni yarmidan oz qismini to'lashni taklif etganda unga rozi bo'lib 2/3 dan kam bo'lmagan majlis kreditorlari o'mida bo'lgan qatnashchilari ovoz bersa, agar ularning talablari 2/3 dan kam bo'lmagan imtiyozsiz qiymat talablarni tashkil qilsa.

2. Qarzdor qarzlarni yarmidan kam qismini to'lashni taklif qilsa, agar bunga barcha qatnamayotgan kreditorlarning 3/4 qismi rozi bo'lib ovoz bersa, agar ularning talablari 3/4 qismidan kam bo'lmasa.

Tinchlik kelishuvi ta'sir qilish muxlati kreditorlarning umumiy majlisida qarzdorning taklifi asosida belgilanadi. Xo'jalik sudi boshqaruvchining yoki kreditorning taklifi bilan tinchlik kelishuvini quyidagi hollarda tugatadi, agar: qarzdor atayin yoki qalbaki bankrotlikni amalga oshirsa; qarzdor tinchlik kelishuvida ko'zda tutilgan majburiyatlarini bajarmasa; tinchlik kelishuvining ta'sir qilish mudatining yarmidan kam bo'lmagan qismi o'tgandan keyin qarzdor tinchlik kelishuvini shartini bajara olmasa. Agar tinchlik kelishuvi tugatilsa, unda bankrotlik ishini ko'rish yana tiklanadi.

### **Qisqa xulosalar**

Bankrotlik bu bozor iqtisodidagi oddiy holat, raqobat kurashidagi tabiiy jarayondir. Unda nochor tadbirkor tarkibi o'zining xo'jalik faoliyatini to'xtadi. Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi

tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Bankrotlik mohiyatini tushuntiring.
2. Bankrot qanday shaxs?
3. Kichik biznesning korxonalari inqirozga uchrashi asosiy sabablarini keltiring.
4. Bankrotlik" haqidagi qonun davlat hududida xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan birgalikda ularning mulk shaklidan qat'iy nazar yuridik va jismoniy shaxslarning mulkiy munosabatlariga ta'sir ko'rsatadimi?
5. Tinchlik kelishuvini mohiyatini tushuntiring.
6. Sanatsiya nima?
7. Sanatsiyani korxonada faoliyatidagi ahamiyati qanday?
8. " Kichik va o'rta korxonalarning iqtisodiy nochorligi belgilarini aniqlash tartibi" qanday?
9. Respublikamiz amaliyotida iqtisodiy nochor korxonalarining ahvoli qanday yaxshilanayapti?
10. Respublikada faoliyat ko'rsatayotgan xo'jalik sudining faoliyati haqida nimalar bilasiz?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Менежмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.
2. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарқ, 2002
3. "Банкротлик тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонунига ўзгартишлар ва қўшимчалар киритиш ҳақида Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Қарори, 2003 й 24 апрель № 475.
4. Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўғлами. - Т: Шарқ, 2002.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## XXI BOB

### KICHIK BIZNESDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

#### 21.1. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari

Marketing - iste'molchilar muammolarini anglash va bozor faoliyatini tartibga solishga va maqsadga yo'naltirishga jarayon hisoblanadi. Turli xil mulk shaklidagi kichik biznes korxonalari ishlab chiqarish, sotish faoliyati marketing rejasi bilan o'zaro yaqindan bog'langan bo'lishi kerak. Marketing konsepsiyasi bozorda kichik biznes korxonasining umumiy yutuqlarini ta'minlash nuqtai nazaridan uning faoliyatining barcha sohalarida qarorlar qabul qilishini ko'zda tutadi. Bu holat tashkiliy, boshqaruv va sotish ishlarining har xil turlarida o'z aksini topishi kerak.

Kichik biznesdagi xo'jalik yurituvchi subyektlar har doim aniq haridorni mo'ljal qilib quyidagi savollarga javob topishlari kerak: Qancha? Qay darajada sifatli? Nimadan? Qachon mahsulot ishlab chiqarilishi kerak? Bundan ma'lumki kichik tadbirkorlik tarkiblari soni, sifati va vaqt o'lchamlari bo'yicha cheklanganligidan kelib chiqadi. Ular bozorni egallash uchun amalga oshirayotgan xo'jalik operatsiyalarining xarajatlarini haridorlar uchun olib boriladigan raqobat kurashida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada potensial haridor uning taklif etgan tovarini harid qiladi. Bu muammoni yechishda marketing muhim dastak hisoblanadi. Marketing (inglizchadan market - bozor) - bu mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab toki uni sotishni tashkil etilishigacha bo'lgan majmuaviy tizimdir. U aniq haridorlarning talabini qondirish, bozorni o'rganish va oldindan ko'ra bilish asosida foyda olishga mo'ljallangan.

Kichik biznes korxonalarining bozorga chiqargan mahsulotlari holatiga qarab marketingning quyidagi turlari qo'llanilishi mumkin: konversio marketing, remarketing, qo'llovchi, taraqqiyot toptiruvchi, rag'batlantiruvchi, sinxron marketing. **Kichik biznesda** marketingni samarali ishlash shartlari quyidagilardan iborat: taraqqiy topgan bozorni mavjudligi, ishlab chiqaruvchini erkinligi, axborot to'plash tizimini barcha uchun tushunarligi, tadbirkorlarning tayyorlanganligi va hokazo.

Kichik shakldagi xo'jalik yuritish subyektlarini kundalik amaliyotida marketingni strategik masalalarini amalga oshirishni quyidagi yo'nalishlarida olib boradi: eng ko'p axborotni bozorni egallab turgan muhit to'g'risida o'z vaqtida olish va yo'g'ri tahlil qilish; marketing maqsadlarini to'g'ri qo'yish va ularga erishishning asosiy yo'llari; resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste'molchilar talabi bilan maqbul birlashtirish; mahsulot turi va assortimentini bozor talabini yuqori darajada qondirish uchun shakllantirish; jamoa bilan ishlash, shaxsiy tadbirkorlik faoliyatini potensial haridorlar, ishlovchilar orasida tan olish va qo'llashga erishish uchun tashviqot ishlarni olib borish; bozorda sotish tarmog'ini bunyod etish orqali, reklamalar, sotuvni rag'batlantiruvchi tadbirlarni o'tkazish, sotuvchi vositachilarni, o'z haridorlarini va bozor maydonini topish uchun harakat qilish; marketing tizimini yangi firma sharoitiga moslashtirish uchun kundalik boshqaruv ishini tashkil etish

Hozirgi sharoitda bozorga moslashish strategiyasini shakllantirish orqali kichik biznes korxonasini raqobat kurashida yengib chiqishi mumkin.

#### 21.2. Bozorga moslashish va strategiyani shakllantirish

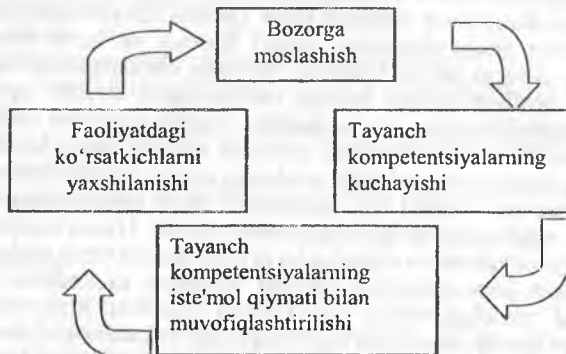
Bozorga yo'nalganlik(moslashish) birinchidan, bozorning o'zi haqida tushunchaga ega bo'lishga va ikkinchidan, bozorga yo'nalgan strategiyani



shakllantirish uchun asos yaratishga imkon beradi. Kichik korxonaga o'z mahsulotlarini kirgiza olgan bozor va u yerdagi insonlarning tilini o'rganib chiqsagina, u bozorga moslasha oladi. Bozorga moslashish jarayoni quyidagi tadbirlarni o'z ichiga oladi: iste'molchilar, raqobatchilar, bozorlar to'g'risida ma'lumotlar to'plash va bu ma'lumotlarni tahlil qilish. Bunda biznesning istiqbolini, iste'molchilar ongida tovar qiymatini yuqori darajaga ko'tarish va uni iste'molchilarga taqdim qilish tadbirlarini ishlab chiqish hisobga olinishi lozim<sup>31</sup>.

Bozorga moslashish  
Tayanch kompetentsiyalarning kuchayishi

Faoliyatdagi ko'rsatkichlarning yaxshilanishi  
Tayanch kompetentsiyalarning iste'mol qiymati bilan muvofiqlashtirilishi



21.1- rasm.Bozorga moslashish strategiyalarning tavsiflari

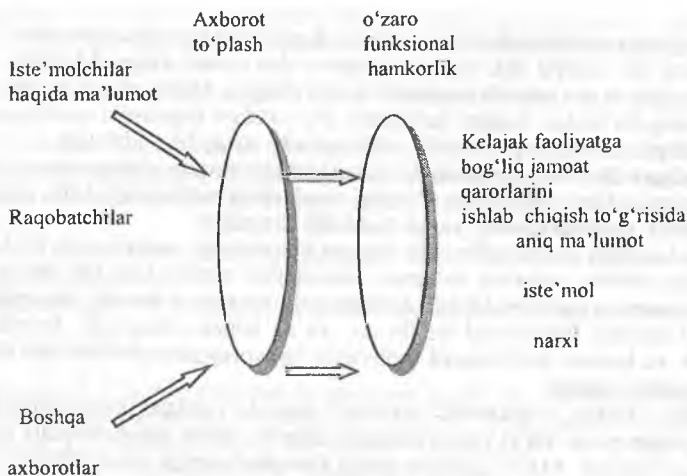
Bozorga moslashish strategiyaning asosiy tavsiflari 21.1-rasmda keltirilgan. Bozorga moslashish rahbariyatga kompaniyaning asosiy vakolatlari aniqlashga, shuningdek haridorlarning qaysi ehtiyojlari shu omillar bilan yuqori darajada qondirilishi mumkinligi imkonini beradi.

21.1-rasmda keltirilgan tavsiflarni kompaniyaning mavjud strategiyasi bilan muvofiqlashtirish lozim. Bozorga moslashish strategiyani qo'llovchi kompaniyalar samarali natijalarga erishadilar. Dell computer, Singapur airlines, Tiffany & Company, Wall-Mart kabi kompaniyalar bunga yaqqol misoldir.

Kompaniyaning bozorga moslashish strategiyasi uning haridorlari bilan o'zaro munosabatida juda muhimdir. Biznesning barcha kuchlari iste'molchilik qiymatini yaratishga qaratilgan bo'lsagina, u bozorga moslashish hisoblanadi<sup>32</sup>.

<sup>31</sup> Stanly F. Slater, John C.Narver, "Market Orientation, Customer Value and Superior Performance", Business Horizons, March-April 1994.

<sup>32</sup> Stanly F. Slater, John C.Narver, "Market Orientation, Customer Value and Superior Performance", Business Horizons, March-April 1994, p.22



21.2 rasm. Bozorga moslashuv tarkibi

*Manba.* Stanley F. Slater, John C. Narver, "Market Orientation, Customer Value, and Superior Performance", *Business Horizons*, March-April 1994, p. 23. Copyright 1994 by the School of Business at Indiana University.

Bozorga moslashish, kompaniyaning barcha kuchlari iste'molchining ehtiyojlarini tushunishga va qondirishga qaratilishi lozimligini uqtiradi<sup>33</sup>.

**Bozorga moslashuvning tarkibi.** Bozorga moslashish kompaniyalar doimo iste'molchilar, raqobatchilar va bozorlar to'g'risida ma'lumotlar yig'adilar va ushbu ma'lumotlarni biznesning strategik istiqbolini hisobga olgan holda tahlil qiladilar, iste'molchilik qiymatini taklif qilish bo'yicha qaror qabul qiladilar va buni amalga oshirish chora-tadbirlarini ishlab chiqadilar (20.2 rasm). Shunday qilib, bozorga moslashish diqqat e'tiborni iste'molchiga qaratish, raqobatchilar faoliyatini kuzatish va kompaniya ichida funksional hamjihatlikni nazarda tutadi.

### 21.3. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy tuzilmasining turlari

Kompaniyalarda marketing bo'limlari tuzilmasi *funksional, tovar, bozor va matritsa* ko'rinishida tashkil qilinadi. Bunday strukturalar mohiyati marketing haqidagi adabiyotlarda atroflicha yoritilgan uchun bu yerda to'xtalmaymiz.

**Marketing xizmatini tashkil qilishdagi yangi yo'nalishlar.** Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, biror bir biznes jarayonga moslashish, turli ishchi guruhlar tuzish va informatsion texnologiyalardan foydalanish kompaniya tashkiliy strukturasi o'zgartirishga olib keladi. Quyida ushbu faktorlarni kompaniyaning odatdagi vertikal tashkiliy strukturasi ta'siri va yangi strukturadagi marketing bo'limlarini ko'rib chiqamiz.

<sup>33</sup> George S. Day, "Market-Driven Strategy: Process for Creating Value" (New York, NY: Free Press, 1990).

Kompaniya tashkiliy strukturasi ayrim funksional yig'indisi deb emas, bir biriga bog'liq biror bir faoliyat olib boruvchi jarayon deb qarash lozim. Masalan, biror bir buyurtma olish va uni bajarish jarayonini ko'rib chiqsak, bunda asosan ishlab chiqarish va marketing bo'limlari faoliyat ko'rsatadi. Bu vazifani bajaruvchi guruh tomonidan ushbu faoliyat monitoringi tuziladi, tahlil qilinib, tuzatishlar kiritiladi.

1990 yilga kelib jahon miqyosida ko'pgina tashkiliy struktura bo'layotgan o'zgarishlar kompaniyaning bozor ehtiyojiga to'laroq moslashish intilishidan kelib chiqmoqda.

### **Tashkiliy strukturasi yangi tashkiliy formalari**

Yangi tashkiliy formalardan biri "bozor koalitsiyasi" strukturasi 21.3.-rasmda ko'rsatilgan. Ushbu tashkiliy struktura boshqarish markazi va bir necha maxsus kompaniyalarning gorizontallik formada birlashishidan tashkil topadi. Bu strukturaning yadrosini barcha funksional bo'limlar, ya'ni ishlab chiqarish, texnik xizmat ko'rsatish va boshqa bo'limlarni faoliyatini muvofiqlashtirib turuvchi marketing bo'limi tashkil qiladi.

Bunday "bozor koalitsiyasi" struktasi asosida tuzilgan kompaniyalar shakli ko'p tarqalgan emas. Ba'zi yapon kompaniyalarida ushbu yangi tashkiliy formaning elementari mavjud. AQSh chakana savdo shaxobchalariga tovar yetkazib beruvchi "Vomboy Company" tashkiliy strukturasi bozor koalitsiyasi asosida tashkil qilingan.

Bu kompaniya mebel qo'shimcha qismlarini yetkazib beruvchilarni o'zida birlashtirgan. Mebelni barcha qismlarini turli ishlab chiqaruvchilar yig'uvchi sexga yetkazib beradilar, u yerda yig'ilib, so'ngra magazinlarga topshiriladi.

**Bizning fikrimizcha**, ushbu "bozor koalitsiyasi" strukturasini-turli mulk formasi asosida tashkil topgan "**Fayzholding**"ga qarashli kichik biznes korxonalarida tashkil qilish maqsadga muvofiqdir.

Shunday qilib, bunday tashkiliy struktura bir maqsadni amalga oshirish uchun birlashgan mustaqil kompaniyalar birlashmasidan iborat bo'lib, ular o'z ichiga ushbu kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi koordinator va ma'lum maxsus funksiyalarni bajaruvchi elementlarni oladi. Ushbu strukturani "to'r" ko'rinishida tasavvur etish mumkin, strukturaning asosiy maqsadi ishtirokchilar resurslari intellektidan aniq maqsad yo'lida oqilona foydalanishdan iboratdir.

### **Qisqa xulosalar**

Kichik biznes subyektlarini kundalik amaliyotida marketingni strategik masalalarini amalga oshirishni quyidagi yo'nalishlarida olib boradi: bozor muhiti to'g'risida axborotni o'z vaqtida olish va uni to'g'ri tahlil qilish; marketing maqsadlarini to'g'ri qo'yish va ularga erishishning asosiy yo'llari; resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste'molchilar talabi bilan maqbul birlashtirish.

"Bozor koalitsiyasi" asosidagi marketing tashkiliy struktura bir maqsadni amalga oshirish uchun birlashgan mustaqil kompaniyalar birlashmasidan iborat bo'lib, ular o'z ichiga ushbu kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi koordinator va ma'lum maxsus funksiyalarni bajaruvchi elementlarni oladi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Marketing nima?
2. Kichik biznesda marketingni samarali ishlash shartlari nimalardan iborat?
3. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari nima?

4. Bozorga moslashish, strategiyani shakllantirish qanday amalga oshiriladi?
5. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy strukturasi qanday turlarini bilasiz?
6. Ushbu marketing tuzilmalarni respublika korxonalariga tadbiq qilish mumkinmi?
7. O'zbekiston Respublikasidagi kichik biznes korxonalarida marketing munosabatlarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Nima sababdan kichik biznes korxonalari marketingni amaliyotda qo'llamaydi?
9. Kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishda marketingni roli qanday?
10. Marketingni o'z amaliy dasturi qilib olgan qanday korxonalarni bilasiz?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Кревенс Д. Стратегический маркетинг. 6-изд. М.:Вильямс-2003.
2. Кичик тадбиркорликда маркетинг 3-қисм: Ўқув амалий қўлланма. Б.Ю.Ходиев, Ф.А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Т.: ЙЕҲ ТЕМПУС дасури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.
3. Менежмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## XXII BOB KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA BOZOR INFRATUZILMASINING O'RNINI

### 22.1. Kichik biznesni bozor infratuzilmasi

Kichik biznesning taraqqiyoti uning infratuzilmasini qay darajada rivojlanganiga bog'liq. Davlatimiz rahbari I. A. Karimov Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatning qo'shma majlisidagi ma'ro'zasida bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish xususida to'xtalib, erkin tadbirkorlik uchun kafolatlarni ta'minlash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, **bozor infratuzilmasini shakllantirish** yo'lidagi mavjud g'ov to'siqlarni bartaraf etish zarurligini alohida ta'kidladi<sup>34</sup>.

**Infratuzilma muassasalarining maqsadi:** axborot, maslahat, o'qitish, bashorat tahlil, ilmiy-texnika, moliyaviy (kredit resurslari) xizmatlar bilan ta'minlash orqali kichik biznesni qo'llab-quvvatlash uchun ijobiy shart-sharoit yaratish va amalga oshirishdan iborat.

Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmasi, ya'ni infratuzilma muassasalari kichik biznes subyektlarining tovar va xizmatlar bozori, pul bozori, mehnat resurslari bozori, kapital bozori, shuningdek, bank tizimi, nobank moliyaviy institutlar tizimi, ulgurji vositachilik tuzilmalari, konsalting va auditorlik xizmatlari bozori, mehnat birjalari va boshqa qancha muassasalar bilan bo'ladigan o'zaro aloqalarini ta'minlaydi. Hozir bozor infratuzilmasini yanada rivojlantirish zarurati bor, chunki busiz bozor iqtisodiyoti ishlab keta olmaydi. Bozor infratuzilmasi bozorning barcha turlariga, chunonchi, tovar bozori, moliya bozori va mehnat bozoriga xizmat ko'rsatadi. Bozor infratuzilmasini birdaniga yaratib bo'lmaydi. U ancha uzoq davom etadigan murakkab jarayon bo'lib, yuksak mahoratga ega malakali kadrlar, shuningdek, xo'jalik yurituvchi subyektlar ham, xo'jalik faoliyatining yangi sharoitlariga ruhan moslashishini talab etadi.

### 22.2. Kichik biznes infratuzilmasining xususiyatlari

Bozor infratuzilmasi deganda, bozor iqtisodiyoti uchun xizmat ko'rsatuvchi har xil sohalar tushuniladi va ular jumlasiga tijorat banklari, birjalar, auksionlar, savdo uylari, tashqi savdo firmalari, davlatning tashqi savdo mahkamalari, bojxonalar, soliq, idoralari, tijorat va sohibkorlik idoralari, savdo-sotiq uyushmalari, vositachi firmalar, konsernlar, konsorsiumlar va boshqalar kiradi. Bundan ko'rinib turibdiki, bozor infratuzilmasi umumiy iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq, barcha jabhalarni qamrab oladi. Fikrimizcha, kichik biznes faoliyati bozor iqtisodiyotining tarkibiy qismlaridan biri sifatida ushbu infratuzilma obyektlarining umumiy foydalanuvchisi hisoblansada, shu bilan bir qatorda o'zining tashkil topish, amal qilish va rivojlanish **xususiyatlaridan** kelib chiquvchi maxsus infratuzilma obyektlariga ham bog'liqligini alohida ta'kidlash zarur. Chunki bozor infratuzilmasining yuqorida sanab o'tilgan unsurlari bilan biznes maktab, biznes inkubator, sug'urtalash va moliyalash muassasalarining mazkur sohaga ta'siri bir xil darajada bo'lmaydi.

Bugungi kunda kichik biznes korxonalarining rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratib beruvchi, turli xizmatlar ko'rsatuvchi **infratuzilma obyektlarining zarurligi** obyektiv hol bo'lib, u asosan, quyidagilar orqali izohlanadi: kichik biznes moliyaviy

<sup>34</sup> Каримов И.А. Бизнесни бош мақсадимиз-жамиятни демократлаштириш, янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишидир. // Тошкент оқшоми 31январь 2005 йил.

imkoniyatlarining nisbatan cheklanganligi; undagi xodimlar ham, odatda, bir necha vazifalarni uyg'unlashtirgan holda bajarishga majburligi; xavf-xatar, taxlikaga asoslanadi va bu borada sug'urta kompaniyalari, biznes inkubatorlar, biznes maktablar yordamiga tayaniladi. Demak, kichik biznes infratuzilmasini yetarli darajada rivojlantirmay turib, kichik biznes faoliyatini yuksaltirish borasida sezilarli o'zgarishlarga erishib bo'lmaydi.

### **22.3. Kichik korxonalarining infratuzilma obyektleri bilan taminlanganlik darajasi**

Hozirda esa kichik biznesga xizmat ko'rsatadigan infratuzilmalarni shakllantirib borishga katta e'tibor berilmoqda. 2005 yil 1 yanvar holatiga 237.5. ming kichik biznes korxonalari ro'yxatga olingan bo'lib, bu barcha ro'yxatga olingan korxonalarining 90,5 foizini tashkil etdi, buning ichida 3,7 foizi (7,5 mingta) o'rta korxonalar, 12,3 foizi (24,9 mingta) kichik korxonalar va 84 foizi (38 mingta) mikrofirmalardir. Tadbirkorlikni rivojlantirish hisobidan qariyb 427571 ta yangi ish o'rinlari ochildi.<sup>35</sup> Hozirga vaqtda mamlakatida ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotning 73.3 % sanoat mahsulotlarining 71.4%, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, chakana savdo va aholiga pulli xizmat ko'rsatishning deyarli hammasi nodavlat sektori hissasiga to'g'ri kelmoqda, umuman olganda kunda yalpi ichki mahsulotning 35% xususiy tarmoqda yaratilmoqda.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmining kengayib borishi, ichki va tashqi bozorda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning yo'lga qo'yilishi munosabati bilan kichik biznes subyektlarining yangi texnika va texnologiyani tadbiriq, qilishga, auditorlik xizmati, loyiha ishlari, huquqiy xizmat ko'rsatish, marketing, transport xizmatlari, bozor konyunkturasini o'rganish xizmatlariga va boshqa infratuzilma xizmatlariga ehtiyoji ortib boradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida samarali faoliyat yuritishga tadbirkorlarni o'rgatish maqsadida axborot-konsalting xizmati ko'rsatish markazlari tashkil etilgan. Ular tadbirkorlarga 164,1 mln. so'mlik xizmat ko'rsatdilar. Bu esa, 2003 yildagiga nisbatan 48% ga ko'pdir. Tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlashda biznes inkubatorlarning rolini oshirish dolzarb vazifa hisoblanadi. Respublikamizdagi 3 ta biznes-inkubatorlarda 366 ta kichik korxonalar faoliyat yuritmoqda. Ular tomonidan 3 mlrd. so'mlik mahsulot ishlab chiqarildi, 2004 yilda biznes-inkubatorlarga 161 ta kichik tadbirkorlik korxonalari kiritildi, 208 tasi esa chiqarildi. Biznes-inkubatorlardan chiqarilgan 187 kichik korxonalar mustaqil faoliyat uchun amalda tayyor bo'ldilar. Respublika Savdo-sanoat palatasi xuzuridagi tuman va shahar axborot-maslahat markazlari 50 mingdan ortiq tadbirkorlarga 100 mln so'mlik imtiyozli biznes xizmat ko'rsatildi.

Kichik biznesni rivojlantirish dasturi asosida 2004 yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga 189.8 mlrd. so'mlik kreditlar berildi. Tijorat banklarining o'z mablag'lari hisobidan 175,7 mlrd. so'mlik kreditlar berildi, bu esa, 2003 yildagiga qaraganda 1,2 barobarga ko'pdir. Shuningdek, tadbirkorlarga 36,9 mlrd. So'mlik mikrokreditlar berildi

### **22.4. Bozor infira tuzilmasini barpo qilish muammolari va ularni hal etish choralari**

Respublikada kichik biznesni rivojlantirish uchun bozor infratuzilmasi barpo etilmoqda. Shu o'rinda ta'kidlab o'tish joizki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni

<sup>35</sup> Ўзбекистон иқтисодиёти. -Т.: 2005.

tarraqqiyot yo'lida ma'lum to'siqlar va kamchiliklarni kuzatish mumkin. Ayrim kichik korxonalarlar va yakka tadbirkorlarni aksariyati o'z faoliyatida xom-ashyo va materiallarning ko'plab turlari, ayniqsa yuqori likvidlik materialalarga muhitoyliklari sezilarli, joylarda tadbirkorlar birja va auksion savdolarida qatnashishga, xom-ashyo va materiallarni yuqori likvidlik turlarini sotib olishga, sotilayotgan tovarlar ro'yxati ularni qoniqtirmayotganligi muammolari ham ko'plab uchraydi.

Vazirlar Mahkamasining 2004 yil 5 fevraldagi "Maqsulotlar, xom-ashyo va materiallarning yuqori likvidli turlarini sotishning bozor mexanizmlarini joriy etishni davom ettirish to'g'risida"gi 57-sonli qarori qabul qilinganidan so'ng birja va auksion savdolarida sotilayotgan tovarlar ro'yxati ancha kengaydi. Ushbu resurslar qatorida neft mahsulotlari, qora va rangli metallar prokati, mineral o'g'it, paxta linti, o'simlik moyi va boshqalar sotilmoqda.

Shu bilan birga, Vazirlar Mahkamasining 2004 yil 3 mayda qabul qilingan "Mol-xom ashyo birjalari faoliyatini yanada takomillashtirishga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 251-sonli qarorida respublikaning mol-xom ashyo birjalari faoliyatida kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlari ishtirokini rag'batlantirishga qaratilgan qator imtiyozlar ko'zda tutilgan, lekin ulardan juda kam foydalanishadi. Bugungi kunda, kichik va xususiy biznes vakillarining tovar-xom ashyo birjalari orqali savdolaridagi ishtirokining o'sishi ko'zatilmoqda. Kichik va xususiy biznes, tadbirkorlikning umumiy tovar aylanmasidagi ulushi mahsulotlarning birja hamda auksion savdolari orqali ega bo'lishi imkoni ta'minlangani hisobiga 1,5 foiz oshdi, hamda 55,5 foizni tashkil etdi.

Lekin mazkur sohadagi muammolar mavjud. Muhim muammolardan yana biri kichik va xususiy biznes subyektlarini moddiy-texnika resurslari bilan taminlashdir

Birja savdolarini rivojlantirishga to'sqinlik qiluvchi quyidagi kamchilik va muammolar mavjud:

- reklama xarajatlari me'yori 5 foiz miqdorida belgilanganligi reklama faoliyatini jonlantirishga to'sqinlik qilmoqda;

- o'zqurilish materiallari, o'zmashsanoat, "o'zqishloqxo'jalikkimyo" uyushmalari tizimlarida mayda ulgurji savdo do'konlarini tashkil etish ishlari sust amalga oshirilmoqda. Mazkur infratuzilmalar hali ham kichik biznes subyektlarining o'sib borayotgan talab va ehtiyojlarini qondira olmayapti.

**Birinchiidan**, kichik biznesni rivojlantirishga tadbirkorlarning bilim va tajribalari yetishmasligi, shuningdek, ularni axborot va maslahat bilan ta'minlash tizimlari faoliyatining takomillashmaganligi to'siq, bo'lmoqda. Ko'pincha, joylarda qishloq tadbirkorlariga zarur bo'lgan tashkiliy-uslubiy yordamlar ko'rsatilmayapti. Maslaxat markazlarining vazifalarini takomillashtirish, tadbirkorlarga amaliy yordam ko'rsatish, ya'ni ta'sis hujjatlarini ishlab chiqish, biznes rejalar tuzish, kredit olishga arizalar berish, buxgalteriya hisobi va hisobotlarini tashkil etish, auditorlik tekshiruvlarini o'tkazish va boshqa maslahat xizmatlari ko'rsatishda ko'maklashishdir.

**Ikkinchiidan**, kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan lizing, mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog'idan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish

**Uchinchiidan**, tashqi bozorga chiqishida, ya'ni eksport shartnomalarini tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish, tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasida bir qancha muammolar mavjud.

**To'rtinchidan**, kichik biznes korxonalarining xom ashyo va materiallardan foydalanish, tayyor mahsulotlarni sotish imkoniyatlarini kengaytirish, tashkil qilish uchun mayda ulgurji bozorlar, yarmarkalar tizimini kengaytirish, ulgurji bozorlar qo'shida moddiy-texnika ta'minoti, ijara, saqlash, transport xizmati ko'rsatish bo'limlarini tashkil etish yo'llari orqali savdo mexanizmlarini takomillashtirish zarurdir. Bu ishlarni amalga oshirish natijasida respublikamizda kichik biznesni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratishga sezilarli darajada ta'sir etish mumkin.

### **Qisqa xulosalar**

Infratuzilma kichik biznesni rivojlantirishda muhim turtki bo'lib xizmat qiladi. Qaysi mintaqada infratuzilma yaxshi tashkil etilgan bo'lsa, shu mintaqada yangi kichik biznes subyektlari ko'proq, paydo bo'ladi. Bu esa, o'z navbatida, yangi ish joylarini yaratish va shu orqali ish bilan bandlik muammosi bir qadar hal etilishiga erishishni, aholining real daromadlarini ko'paytirish imkoniyatlari paydo bo'lishini, soliqlar tushumining ko'payishini, mahalliy byudjet daromadlarining o'sishini, iqtisodiyotda sog'lom raqobat muhitining yaratilishi hamda turli sektorlar orasidagi o'zaro aloqalarning mustahkamligini ta'minlaydi.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Bozor infratuzilmasi deganda nimani tushunasiz?
2. Infratuzilma muassasalarining maqsadi nimadan iborat?
3. Infratuzilma xizmat ko'rsatish sohalari majmuasi tarkibiga qanday obyektlar kiradi?
4. Kichik biznes infratuzilmasi xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolari nimalardan iborat?
6. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolarini hal etish choralari nimalardan iborat?
7. Kichik biznes korxonalari uchun infratuzilma muassasalarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. I.A.Karimov. "Bizning bosh maqsadimiz-jamiyatni demokratlashtirish, yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir." degan nutqida -biznes infratuzilmalarini rivojlantirish haqida nima degan?
9. Biznes muhit deganda nimani tushunasiz?
10. Respublikamiz hukumati tomonidan biznes muhitini yaratish uchun qanday chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Шодибекова Д.А. Кичик бизнесни бошқариш, Ма'рузалар матни, ТДИУ, 2005.
2. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004.
3. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>



### XIII BOB KICHIK BIZNESDA TAVAKKALCHILIK

#### 23.1. Tadbirkorlik muhiti va xo'jalik tavakkalchiligi

Bozor munosabatlariga o'tish kichik biznesdagi har qanday xo'jalik subyekti uchun noaniqlik va tavakkalchilikning oshib borishi bilan bog'liq. Tadbirkorlik muhitini doimiy ravishda kuzatish va nazorat qiliish kerak bo'ladi. Bu esa xo'jalik tavakkalchiligini boshqarish inkonini beradi va ishbilarmonlik faoliyatining samaradorligini oshiradi.

Tadbirkorlik muhitiga siyosiy vaziyat, iqtisodiy ahvol, qonunchilik asosi, xalqning ijtimoiy-madaniy saviyasi tarmoqlarning ilmiy texnika taraqqiyoti darajasi, tabiiy-iqtisodiy sharoit va bozorning o'ziga mos tarkibi, ya'ni konyunkturasi ta'sir ko'rsatadi. Agar ko'rsatilgan ishbilarmonlik muhitining har bir elementini tahlil qilsak, u holda ularning hozirgi kichik bazis darajasini qoniqardi deb hisoblash mumkin va u respublikada kichik biznesning taraqqiyotini ta'minlay oladi. Ammo, mulkni himoya qiluvchi va shartnomalarga amal qilishni kafolatlovchi, qonunchilik tizimining yo'qligi, tovarlar harakatining qat'iy tartibga solinishi, eksport uchun maxsus ruxsatnoma litsenziya berish tizimining murakkabligi, eksport uchun boj to'lovlarining mavjudligi kichik biznesda xo'jalik yurituvchi subyektlarning tavakkalchiligini sezilarli darajada oshiradi.

Tavakkalchilik — yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatarga qaramay amalga oshiriladigan faoliyatdir. Shuning uchun, tavakkalchilik deganda bevosita u bilan bog'liq bo'lgan xavf-xatar ham tushuniladi. Tavakkalchilik tushunchasi murakkab va ko'p qirralidir va uni bir so'z bilan ifodalash qiyin. Umumiy holda xo'jalik tavakkalchiligi bu inson faoliyatidagi noaniqlik va ziddiyat holati o'lchovidir, u xavf-xatar, omadsizlik va zarar ko'rish bilan tavsiflanadi. Tadbirkor uchun xos bo'lgan xususiyat, bu shartli tavakkalchilikga borish, ya'ni foyda ko'rishni ko'zlashdir.

Xo'jalik tavakkalchiligining quyidagi turlarini keltirish mumkin:

- ishlab chiqarish (ob-xavo, texnik, texnologik taqsimlash, tashkiliy, kutilmagandagi o'lim xavfi, boshqaruv va boshqalar);
- dallolchilik (daromadni to'g'ridan-to'g'ri yo'qotish xavfi, bilvosita pulni va mulkiy zarar ko'rish xavfi, fuqarolik javobgarligining paydo bo'lish xavfi va boshqalar);
- tijorat (mahsulot yetkazib beraolmaslik xavfi, sota olmaslik xavfi, yo'qotish xavfi va boshqalar);
- moliyaviy (kredit, mulkiy, sug'urta, valyutaviy, bank, transaksion, tuzilmaviy, rasmiy, depozit, narxga bog'liq bo'lgan nolikvid, iqtisodiy, tavakkalchilik ustamasi va boshqalar);
- innovatsion (ijtimoiy, ilmiy texnika taraqqiyoti natijalarini joriy qilish bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik).

Barcha tur va tur ichidagi guruhlariga kiruvchi xo'jalik tavakkalchiliklarini noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishning darajasiga, tavakkalchilik holatining davriga, uning kelib chiqish manbaiga, tavakkalchilikning aniq sabablari va unga yo'l qo'yish darajasiga qarab alohida guruhlariga birlashtirish mumkin.

Xo'jalik tavakkalchiligining bir necha muhim belgilari bo'lib, ular ichidan quyidagilarni alohida ajratib ko'rsatish mumkin: qarama-qarshilik, muqobillik, noaniqlik. Tavakkalchilik holatining noaniqligi, uni bir xil ma'noda tushunish mumkin emasligidan kelib chiqadi. Unga sabab axborotning yetishmasligi, tasodifiy omillar ta'siri, raqobatdagi ishbilarmonlar manfaatlarining mos kelmasligi,

sheriklarning bir-biriga qarshi harakati va boshqalardir.

Xo'jalik tavakkalchiligining yuqorida ko'rsatilgan tomonlarini e'tiborga olish ishbilarmon uchun tavakkalchilik holatiga kirish naqadar maqsadga muvofiq ekani to'g'risida qaror qabul qilish imkonini yaratadi. Murakkab holatda qolganda u xo'jalik faoliyatining ba'zi bir shart va omillarini o'zgartirib kutilmagan hodisalar yoki ko'riladigan zarar extimolini kamaytirishi mumkin.

### 23.2. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari

Tavakkalchilikni baholashda taxminiy hisoblar uslubiy asos sifatida qabul qilinadi. Xo'jalik tavakkalchiligi tavsifiy elementlarining o'zini namoyon qilish shakllari yaxshi va yomon natijalar kelib chiqishi extimolining bir xilligi bilan belgilanadi. Bu turdagi extimollik me'yorlashgan oraliqda noldan (to'la muvaffaqiyatsizlik) to' birgacha (100% to'la muvaffaqiyat) o'zgaradi va aynan u tavakkalchilik darajasini belgilaydi.

Tavakkalchilik darajasining o'lchovi tavakkalchilik koeffitsiyenti yordamida aniqlanadi<sup>36</sup> (tavakkalchilik indeksi):

$$Ut = M/M^*$$

bu yerda: M - salbiy noaniqlik ko'rsatkichlarining kutilgan miqdori ya'ni taxminiy zarar miqdori.

M\* - ijobiy sohada hodisaning yuz berish extimoli oshsa, tavakkalchilik kamayadi, qolaversa, ijobiy sohada daromadlar ko'paysa yoki salbiy sohada yo'qotishlar kamaysa ham tavakkalchilik kamayadi. Aks holda tavakkalchilik ortib boradi. Tavakkalchilik koeffitsiyenti bu sohada o'zgarishlarni hisobga olingan noaniqlik chegarasida aks ettiradi.

Tavakkalchilik koeffitsiyentini qo'llab tavakkalchilikning empirik shkalasini tuzish mumkin. Agar berilganlar yetarli bo'lsa, unda real iqtisodiy sharoit uchun tavakkalchilik koeffitsiyentining miqdori qanday bo'lishi kerakligini aniqlash mumkin.

Tavakkalchilikga baho berishda ko'p turli statistik, hisob analitik va ekspert uslublariga asoslangan usullardan foydalanadilar. Statistik usul amaldagi hollarda yuz bergan yo'qotishlar dinamikasini ko'z atashga imkon yaratadi va ular asosida, yoki zarar ko'rish extimoligining egri chizig'i chiziladi, yoki tavakkalchilik xarajatlarining miqdor ko'rsatkichi topiladi. Ekspert usuli ekspert yordamida baholash nomi bilan mashhur. U mutaxassislarni, tajribali ishbilarmonlarni jalb qilish bilan bog'liq bo'ladi. Agar analitik ekspertizani bir necha ekspertlar olib borsa, ularning har biri tavakkalchilik extimoli va yo'qotish saviyasini o'zi alohida baholashi kerak. Shundan keyin o'rtacha miqdorlar hisoblanishi mumkin. Bu ma'lumotlar daromadni yo'qotish saviyasining ekspertizaviy egri chizig'ini ko'rish uchun ishlatilishi mumkin.

### 23.3. Tavakkalchilik elementlari bilan bog'liq qarorlarni tahlil va amalga oshirishga ta'sir qiluvchi omillar

Tavakkalchilikda hisobga olinishi zarur bo'lgan va xavf-xatami keltirib chiqaradigan muhim omillar quyidagilardir: tadbirkorlik sohasi; tabiiy ofat; o'g'irlik; reket; biznes rejani shakllantiruvchi shaxslarning omilkorlik darajasining pastligi, biznes bo'yicha

<sup>36</sup> Фуломов С.С. Тadbirkorlik va kichik biznes. -Т.: Шарқ- 2002.

sherkrlarning vijdotsizligi yoki mol-mulksizligi. Shartnomada aldanish xavfi yoki qarzdorning to'lash qobiliyati yo'qligi hodisasi bilan duch kelish, qarzni qaytarmaslik va boshqalar haqiqatda yuz berishi mumkin bo'lgan hodisalardir. Yuqorida keltirilgan omillar muqobil taktikaviy qarorlarni tavakkalchilik elementlarini hisobga olgan holda tanlashda so'zsiz o'z ta'sirini ko'rsatadi. Bu ta'sir ikki xil namoyon bo'ladi. Birinchidan, xo'jalik vaziyatining elementlarining o'zaro ta'sirlashuvi orqali vaziyatning rivojlanish jarayonida taktik qarorlar qabul qilinadi va amalga oshiriladi. Ikkinchidan, ta'sir ishbilarmon va biznesdagi boshqa ishtiroklarning shaxsiy xususiyatlariga bog'liq elementlar orqali namoyon bo'ladi. Qaror qabul qilishda salbiy omil bo'lib vaziyat qo'ygan masalaning murakkabligi va yangiligi hisoblanadi. Bu ko'p hollarda ishbilarmonni sarosimaga soladi, ba'zida qo'rquv samarasini bunyod etadi, ma'lumotlarni ratsional tahlil qilish va amalda to'g'ri qaror qilish imkonidan maxrum qiladi. Bu ayniqsa, xavf-xatar yuqori bo'lgan holda yaqqolroq ko'zga tashlanadi. Biroq, bir qator hollarda, ishbilarmon tavakkalchilik elementlari bilan bog'lik bo'lgan xo'jalik qarorlarini o'z xis-tuyg'ulari bo'yicha, o'z bilganicha qabul qiladi, amalga oshiradi va bir qator harakatlar majmuasini bajargandan keyingina o'z qilmishi va avvalgi vaziyatga baho beradi.

### **23.4. Kichik biznesda xo'jalik tavakkalchiligini sug'urtalash**

Tadbirkor hamma vaqt esda tutishi kerakki, tavakkalchilik ba'zi holda muvaffaqiyat keltirsa, boshqa holatda — bankrotlikga olib kelishi mumkin. Salbiy holatni bartaraf etish va xavf-xatarga muvaffaqiyat bilan bardosh bera olish uchun, uni, birinchi navbatda to'la aniqlash, tavakkalchilikni kamaytirish dasturini ishlab chiqish, turli zaruriy tadbirlarni o'tkazish, ishbilarmonning xavf-xatarda qolishi maqsadga muvofiqligi yoki uni sug'urtalash zarurligini aniqlash kerak. Kichik darajadagi tavakkalchilikda, odatda, zararni korxonaning o'zi qoplaydi va buning uchun, zarur fondlar bunyod etiladi. O'rta va kichik darajadagi tavakkalchilikni esa, sug'urtalash maqsadga muvofiqdir.

Sug'urtalash chora-tadbirlari xavf-xatar oqibatida yuzaga keladigan yo'qotishni (kutilmagan holatlarda mol-mulk, mablag'lar va ishlab chiqarishni) to'la yoki qisman qoplash (tabiiy ofat, avariya, baxtsiz hodisalar, xonavayronlikga uchragan shartnomachilarning o'z majburiyatlarini bajarmasligi va boshqa holatlar yuz berganda) yoki yo'qotishlarni iloji boricha ko'proq sonli yuridik va jismoniy shaxslar o'rtasida taqsimlash yo'li bilan qoplash kabi usullarda amalga oshirilishi mumkin. Ishbilarmon va korxonaga uchun tavakkalchilikni himoya mudofaa tadbirlari bilan bartaraf etish yoki sezilarli moliyaviy zarar yetkazishi mumkin bo'lgan xavf-xatarni o'z yelkasiga olishga xohish bo'lmagan paytda sug'urtalash maqsadga muvofiqdir.

Sug'urtalashda ikki tomonning ishtiroki majburiydir — sug'urta fondini bunyod etish va uni ishlatish bilan shug'ullanuvchi maxsus tashkilot va sug'urtalanuvchi ushbu fondga belgilangan to'lovni to'lovchi yuridik yoki jismoniy shaxs. Ular orasidagi munosabat sug'urta shartnomasi (polis) asosida tashkil topadi.

Tavakkalchilikni pasaytirish maqsadida qilinadigan sug'urtalash ixtiyoriy tartibda o'tkaziladi. Tadbirkorning har qanday faoliyati, odatda, sug'urtalanishi mumkin. Ammo, bu ba'zi bir, xavf-xatar yuqori bo'lgan hollardagina amalga oshiriladi.

#### **Qisqa xulosalar**

Xo'jalik tavakkalchiligining barcha tomonlarini e'tiborga olish ishbilarmon uchun tavakkalchilik holatiga kirish naqadar maqsadga muvofiq ekani to'g'risida

qaror qabul qilish imkonini yaratadi. Murakkab holatda qolganda u xo'jalik faoliyatining ba'zi bir shart va omillarini o'zgartirib kutilmagan hodisalar yoki ko'riladigan zarar extimolini kamaytirishi mumkin

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Tadbirkorlik muhiti nima?
2. Xo'jalik tavakkalchiligi deganda nimani tushunasiz ?
3. Tavakkalchilik chegaralari nimalardan iborat?
4. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari qanday?
5. Sug'urtalashning kichik biznesdagi rolini ko'rsating.
6. Sug'urta shartnomasi (polis) nimalardan iborat?
7. O'zbekiston Respublikasidagi kichik biznes korxonalarini sug'urtalashni rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Qishloq xo'jalik(fermer xo'jaliklarini) sug'urtalash zaruriyati nimadan iborat?
9. Respublikadagi qanday sug'urtalash korxonasi(kompaniyalarini) bilasiz?
10. Mamlakatimizda kichik biznesni sug'urtalash istiqboli qanday?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля. -М.: ВУЗовский учебник, 2004.
2. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес -Т.: Шарқ, 2002.
3. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004.
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## XXIV BOB KICHIK BIZNESDA INNOVATSION FAOLIYAT

### 24.1. Innovatsion faoliyatning mohiyati va mazmuni

Bozor munosabatlari yaxshi rivojlangan mamlakatlarning tadbirkorlik faoliyati tahlili shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlik ikki formada, ya'ni klassik va innovatsion tadbirkorlik shaklida rivojlanadi.

Klassik tadbirkorlik deganda tashqi va ichki omillar va imkoniyatlarni ishga solgan holda resurslardan samaradorligini oshirish asosidagi mahsulot ishlab chiqarish tushunilsa, innovatsion tadbirkorlik — yangilik bilan bog'liq bo'lgan tovar, xizmat, texnologiya, biznesni tashkil qilish, yangi metodlarini ishlab chiqishdir. Boshqacha qilib aytganda, tadbirkor doimo “yaratuvchanlik” bilan shug'ullanib, jamiyatning iqtisodiy rivojlanishida asosiy shaxs bo'lib qoladi.

Tadbirkor yangi tovar ishlab chiqarish jarayonida ilmiy — texnika taraqqiyotini hisobga olishi lozim, chunki texnika va texnologiyani rivojlantirish natijasida mahsulot (tovar va xizmat) tezda eskirib qoladi. Tadbirkor kelajakda vujudga kelishi mumkin bo'lgan ehtiyojni qondirish uchun ishlashi kerak.

Yangiliklarni tadbir qilish va tarqatish uchun iste'molchilar bilan yaqindan aloqada bo'lish kerak. Amaliyot natijalari ko'rsatishicha, kichik korxonalar bozor talabiga tez moslasha olishi mumkin. Yirik korxonalar esa o'zining inertligi, “beso'naqay”ligi tufayli bozorning ozgaruvchan talabiga tezda moslasha olmaydi, ammo kichik korxonalar taklif qilgan yangilikni katta miqdorda ishlab chiqarish imkoniyatiga ega.

Tadbirkorni novator ya'ni yangilik yaratuvchi odam sifatida mashhur amerikalik iqtisodchi Yozef Shumpeter (1883-1950) o'zining “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” kitobida ta'riflaganidek, “Tadbirkorning vazifasi yangi kashfiyotlarni amalga tadbir qilish orqali ishlab chiqarish uslubini reforma qilish (yangilash) dan iborat. Keng ma'noda ko'rib chiqilganda tadbirkorning vazifasi — yangi ochilgan bozor yoki xomashyo bazasi asosida yangi tovar ishlab chiqarish yoki eskirganini modernizatsiya qilish uchun yangi texnologiyalar ishlatishdan iborat.”<sup>37</sup>

Innovatsiya deganda nimaning tushunish kerak Innovatsiyaning bir necha ta'riflari mavjud:

Innovatsiya (yangilanish) — bu ishlab chiqarish ichki sistemasining dastlabki shaklidan yangi shaklga o'tishidir.

Innovatsiya — bu mavjud ehtiyojni to'la qondirish maqsadida yangilik (kashfiyot) yaratish, tarqatish va uni amalga tadbir qilish.

Innovatsiya — bu yangi g'oya, taklif, ilmiy-texnik xulosalarni amaliyotda qo'llash.

Innovatsiya — bu ilmiy yangilikni ishlab chiqarish amaliyotiga qo'llash natijasida oldingi analoglardan sifat jihatdan qat'iy farq qiluvchi obyektidir.

Shunday qilib, innovatsiyada ikki narsa mavjud, birinchidan, bu yangi g'oya, yoki tovar, xizmat. Ikkinchidan, ishlab chiqarish tizimini sifat jihatdan yangi darajaga o'zgartirishga olib keluvchi yangilik (kashfiyot) ni ishlab chiqarish tizimiga joriy (tadbir) qilish. Yozef Shumpeter innovatsiyani ishlab chiqarish tizimini yangi sifat parametrlariga o'zgarishi deb tushintirgan. U ishlab chiqarishni resurslar kombinatsiyasi emas, balki yangi tovar (bozor) yaratishdan iborat, deb bilgan. P. Durker ta'rifiga ko'ra, tadbirkor oddiy ishlab chiqaruvchidan shunisi bilan farq qiladiki, tadbirkor o'zining barcha faoliyatida o'z kuchi va energiyasini yangilik

<sup>37</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс. 1982.

qidirib topishga bag'ishlaydi. Unda yangilik yaratishga qaratilgan fikr bo'lishi kerak.

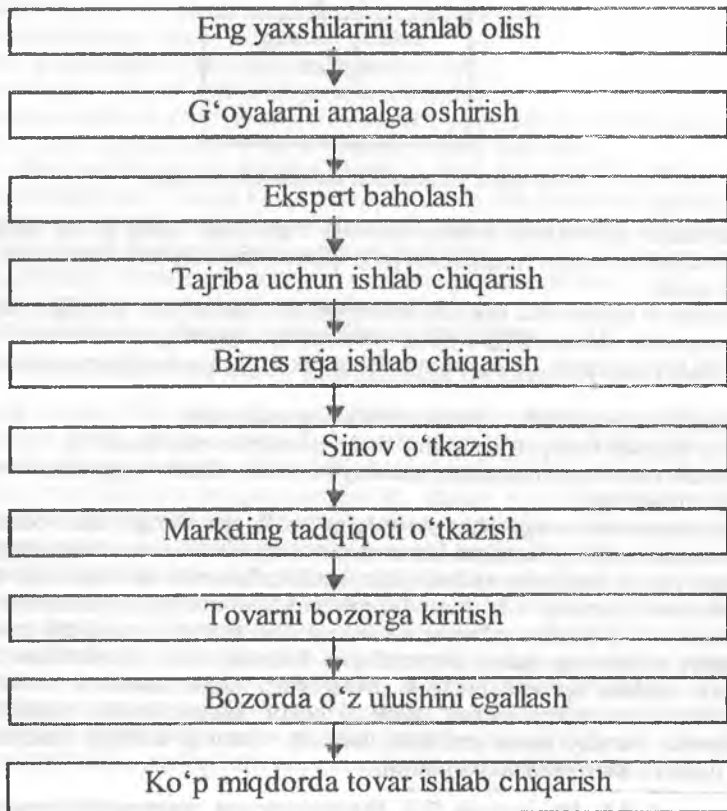
Innovatsion tadbirkorlik - bu barcha faoliyatda yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanishga qaratilgan jarayondir.

#### 24.2. Innovatsiyaning tashkiliy-huquqiy shakllari

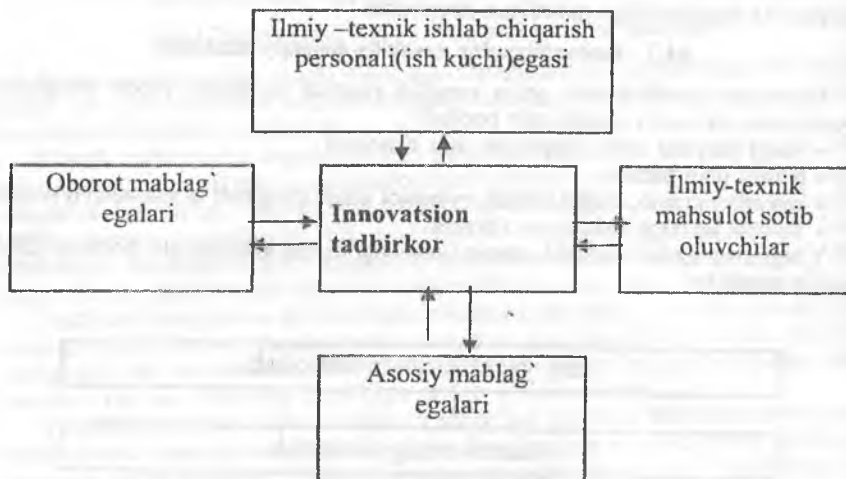
Innovatsion tadbirkorlik, ya'ni yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanish bir necha etapda olib boriladi:

- yangi ideyalar izlab topish va uni baholash
- biznes plan tuzish;
- resurlarni topib, tajriba sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sinovdan o'tkazish;
- tovarni bozarga kiritish va o'tkazish.

Yangi tovar ishlab chiqarish etaplari quyidagi ketma-ketlikda olib boriladi: (24.1-rasmga qarang)



Kichik biznes subyekti o'zining innovatsion faoliyatining qat'iy algoritmiga amal qiladi. U quyidagicha:<sup>38</sup> (24.2-rasmga qarang)



24.3- rasm. Innovatsion tadbirkorlik sxemasi.

Innovatsion tadbirkorlik doimiy ravishda o'zgarishni, yangi g'oya, yangi tovar modifikatsiyasi va boshqa yangiliklarni joriy qiluvchi tashkiliy formalarni joriy qilishni nazarda tutadi.

Innovatsion tadbirkorlik faoliyati uchun kichik korxonalarda yaratilgan yangilikni tijorat maqsadida ishlata oladigan bilim va intuitsiyaga ega bo'lgan mutaxassis lozim.

Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari quyidagilardan iborat:

- yangilikka yaratishdan manfaatdorlikning yuqoriligi;
- tor doirada (aniq yo'nalishda) ilmiy izlanishlar olib borilishi;
- barcha intellektual resurslarni yakuniy mahsulot ishlab chiqarishga yonaltirish imkonini mavjudligi;

- katta korxonalar amalga oshira olmaydigan "risk"i yuqori bo'lgan ishlar olib borilishi.

Innovatsion tadbirkorlik uchun biznes muhit asosiy hisoblanadi, chunki yangiliklarni kashf etish va uni amaliyotga tatbiq qilish yetarli tadbirkorlik muhitini talab qiladi

Tadbirkorlik muhiti – bu biror-bir maqsadga yo'naltirilgan izlanish(tadqiqot) olib borish va uni amalga tatbiq qilish uchun sharoit yaratib beruvchi muqitdir.

Bunday muhitning asosiy elementlarini bozorda erkin harakatlanuvchi, o'z moliyaviy mablag'iga ega bo'lgan investorlar, raqobatbardosh tovar ishlab chiqaruvchilar va ularga xizmat qiluvchi bozor infratuzilmalari tashkil qiladi. Iqtisodiyotda bunday bozor muhitini yaratish - hozirgi kundagi mamlatimiz oldida turgan asosiy vazifalardan biridir.

<sup>38</sup> Мединский В.Г, Шаршукова Л.Т. Инновационное предпринимательство, М.: ИНФРА-М, 1997

Kichik biznes kafolatlarini mustaqamlash, uning rivoji uchun qulay muqit yaratish maqsadida davlat boshqaruv idoralari va bozor institutlarida ma'muriy protseduralarni bajarish bilan bog'liq, ancha yuqori darajada bo'lib turgan biznes xarajatlarini kamaytirish lozim. Biznes muhit mamlakatimizda vujudga kelayotgan innovatsion tadbirkorlik asosini tashkil etadi.

**Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asoslari** turlichadir. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda katta risk (tavakkalchilik) bilan ishlaydigan **maxsus venchur firmalari** mavjud bo'lib, ular yangi tovar va xizmatlar yaratish ustida tadqiqotlar olib boradilar.

Venchur firma asoschilari – injener, olimlar o'z tadqiqot natijalarini eksperiment, patient va kommutant firmalarga topshiradilar.

Innovatsion tadbirkorlikning yana bir territorial tashkiliy turi - **ilmiy tenologik park (texnopark)** lar bo'lib, bu struktura innovatsion biznes mahsulotini ishlab chiqarish va bozorda sotishni tashkil qilishga yordam beradi va shu orqali kichik biznesda innovatsion faoliyatni rivojlantirishga yordam beradi.

Texnoparklarning asosiy vazifasi:

- ilmiy yangiliklarni texnologiyaga aylantirishdan;
- texnologiyani tijorat mahsulotiga aylantirishdan;
- kichik korxonalarda yangi yaratilgan mahsulotni ko'p miqdorda ishlab chiqarishdan;
- ilmiy izlanishni olib boruvchi firmalarni tashkil qilishdan;
- ilm bilan bog'liq barcha biznes turlarini qo'llab-quvvatlashdan iborat.

**Biznes inkubatorlar** – kichik kichik innovatsion korxonalar faoliyat ko'rsatishi uchun sharoit yaratuvchi strukturadir. Biznes inkubatorlar bir qancha funksiyalarni bajaradi:

- kichik biznes korxonalariga imtiyozli shartlarda asbob-uskunalar yetkazib beradilar, huquqiy maslahat va axborot xizmatlarini ko'rsatadilar;
- ilmiy texnologiyalarni tijorat asosida sotadilar;
- tadbirkorlarning malakasini oshiradilar va boshqalar.

### **24.3. Ozbekistanda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari**

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasida investitsiya-innovatsiya milliy dasturi qabul qilingan bo'lib, yagona maqsadga yo'naltirilgan holda, izchillik bilan amalga oshirilmoqda. Mazkur dasturda 2002-2005 yillarga mo'ljallangan ustuvor va strategik ahamiyatga ega loyihalar belgilangan bo'lib, dastur iqtisodiyotining yoqilg'i-energetika, mashinasozlik, tog'-konchilik, kimyo, yengil sanoat hamda qishloq xo'jaligi mahsulotini qayta ishlash sohasi kabi deyarli barcha sohaslarini qamrab olgan.

Dasturni amalga oshirishda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi fan va texnologiyalar markazi muammolar bo'yicha kengashi, tarmoq ilmiy-texnika markazlari, viloyatlar qo'shidagi fan va texnika xalqaro markazlari hamda ilg'or texnologiyalar markazlari ishtirok etadilar. Xalqaro markazlarda amaliy (ishlab chiqarish tuzilmalarida tayyorlangan) va innovatsion (fan va ilmiy xizmat ko'rsatish sohasidagi) vazifa hamda muammolar shakllantirilib, konsalting va axborot xizmatlari ko'rsatiladi. Shu bilan birga bu sohada hali amalga oshirilishi zarur bo'lgan vazifalar ko'p. Jumladan, innovatsiya loyihalarini moliyalashtirish mexanizmini takomillashtirish zarur.



Innovatsion faoliyat markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan turda moliyalashtiriladi. Birinchi usulda pul mablag'lari: davlat byudjeti, ilmiy-texnik rivojlanish davlat dasturiga kiritilgan loyihalarni maqsadli moliyalashtirish; tanlov ishlarini bajarish bo'yicha jamg'armalar; muayyan loyiha uchun ajratilgan va qaytarilishi kutilmaydigan grantlar hamda subsidiyalar; hokimiyatlar va boshqaruv organlari maxsus buyurtmalarini moliyalashtirish: davlag banklarning kreditlari hisobidan taqdim etiladi.

Moliyalashtirishning markazlashtirilmagan usuli korxonalarining xususiy mablag'lari, xususiy shaxslar, maxsus moliya yoki xayriya jamg'armalari hamda kredit mablag'laridan foydalanishga asoslangan. Masalan: AQShda sanoat kompaniyalari va banklari, universitetlar, kollejlilar, federal hukumat idoralari hamda mahalliy boshqaruv organlari, sohalar va ularning uyushmalari, xususiy shaxslar ilmiy jamg'armalarini tashkil qilishda faol qatnashadilar.

O'zbekistonning davlat investitsiya siyosati birinchi navbatda iqtisodiyotda tuzilmaviy o'zgarishlarni chuqurlashtirish, korxonalar investitsiya faoliyatini jadallashtirish hamda chet el investitsiyalarini keng miqyosda jalb qilish, shuningdek, investitsiya loyihalari tanlovi asosida ijtimoiy masalalarni hal etishga yo'naltirilgandir.

O'zbekiston Respublikasining 2004-yilga mo'ljallangan investitsiya dasturiga muvofiq, mamlakat iqtisodiyotiga kapital qo'yilmalar ilm talab sohalarni raqobatbardosh, yuqori texnologiyalarga ega bo'lgan va ekologik muhim ishlab chiqarishlarning barqaror hamda dinamik rivojlanishiga erishishga xizmat qiladi.

Bu sohada 2004 yilda jami 2.6 trln. som kapital mablaqlarni ozlashtirish ko'zda tutilgan bo'lib, bu o'tgan yilga nisbatan 33% ko'pdir. Bunda markazlashtirilgan investitsiyalar jami qo'yilgan mablag'larning 37 foizini tashkil qiladi. Jumladan, 2000 yilda markazlashtirilgan investitsiyalar ulushi 64.5 foizni, 2002-yilda esa - 40.9 foizni tashkil qilgan.<sup>39</sup> Investitsiya jarayonidagi davlat ishtirokining kamayishi investitsiyalarning bozor manbalari faollashuvi, iqtisodiyotni nodavlat subyektlari (korxonalar, aholi, xususiy, chet el investorlari)ning investitsiya imkoniyatlari oshganligidan dalolat beradi. Bozor xojaligiga mos bo'lgan soliq tizimiga otish innovatsiya tuzilmasini moliyaviy jihatdan ta'minlanishi yaxshilanishiga ko'maklashadi. Mazkur tizimning moqiyati belgilanayotgan soliq miqdori mahsulotning yangi yaratilgan qiymati miqdori, olingan foyda hamda mavjud bo'lgan mulk qiymatiga bevosita bog'liqligidan iborat

Shuni ta'kidlash joizki, amaldagi soliq tizimi kichik korxonalar, jumladan, innovatsiya korxonalari faoliyat yuritish sharoitlarini hisobga olmaydi. Innovatsiya korxonalari, boshqa xususiy korxonalar kabi, foyda soliqlarini toplash paytida soliqqa tortiladigan foyda miqdorini aniqlashda imtiyozga egadirlar. Jumladan, ularga ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tashkil qilish, texnikaviy jihozlash uchun yo'naltirilgan foydani chegirish huquqi taqdim etilgan. Ishlab chiqarish uchun muljallangan mahsulot hamda kurilish materiallarini yetkazib beradigan ba'zi bir korxonalar olgan foydasi ushbu korxonalar ro'yxatga olingan kundan boshlab, dastlabki ikki yil mobaynida soliqqa tortilmaydi.

Mazkur imtiyoz tugatilgan yoki davlat tasarrufidan chiqarilgan yoxud sanatsiya natijasida qayta tuzilgan innovatsiya korxonalari, ularning filiallari hamda tuzilmaviy

<sup>39</sup> Журабоев И.Т. Узбекистонда инновацион тадбиркорликни ривожлантириш омиллари // Бозор, пул ва кредит, №4 2004.

bo'linmalariga tegishli emas.

Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlar tajribasiga kora, innovatsiya korxonalari uchun respublikada qabul qilingan hamda iqtisodiyotning ustuvor sohalarida amal qilayotgan barcha imtiyozlarni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari, ilmiy izlanishlarni bajarayotgan innovatsiya korxonalari tadqiqot ishlari uchun ilmiy-texnik asbob-uskunalar sotib olgan yilning o'zidayoq, 50 foizli amortizatsiya huquqiga, qolgan asosiy mablaq<sup>40</sup>lar hisobidan esa jadallashgan amortizatsiya huquqiga ega bo'lishlari lozim.

Sanoat sohasi uchun innovatsiyalarni joriy etadigan korxonalariga lisenziyalar va «nou-xau»larni sotish jarayonida, soliqqa tortish jarayonida chegirmalar taqdim etilishi, ishlab chiqarishni kengaytirishni amalga oshiradigan korxonalariga esa soliqqa tortiladigan mablag'lari hisobidan yangi asbob- uskunalar qiymatini chiqarib tashlash ququqi berilishi lozim.<sup>40</sup>

Oqilona investitsiya siyosatini yuritishda davlat tomonidan innovatsion tadbirkorlikka sarmoya qo'yishning o'ziga xos afzalliklari mavjud. Salohiyatli sarmoyadorlarning erkin pul mablag'larini jalb etishida eng muhim iqtisodiy instrument fond bozoriidir. Aktsiyalar likvidligi, firmaning reklama-axborot faoliyati, valyuta maydonchasida sotuvga qo'yilgan aksiyalar harakatining tahlili va aksiyalar paketini chet el investorlariga sotish fond bozori holatining yanada yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Innovatsion biznes bo'yicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlar va investorlarning daromadi, investitsiya korxonalari aktivlarining bozor qiymati o'sishiga belgilangan soliq stavkasiga, ya'ni fond bozorida sotiladigan qimmatli qog'ozlarning sotuv qiymatiga o'rnatiladigan soliq stavkasiga bog'liqdir. Soliq stavkasi innovatsiya korxonalarini moliyalashtirish tavakkalchiligi darajasini oshiruvchi yoki kamaytiruvchi omil hisoblanadi. Shuning uchun ham qimmatli qog'ozlar bilan amalga oshiriladigan operatsiyalarda dividendlardan, qimmatli qog'ozlarni sotib olishdan undiriladigan soliq, shuningdek, tarkibiga qimmatli qog'ozlar qiymati kiritilgan korxonalar mulkidan olinadigan soliq, kabi undiriladigan turli xil qayta-qayta soliqlarga yo'l qoymaslik lozim. Soliq solishng bu kabi amaliyoti natijasida ishbilarmonlik faolligi pasayadi, ya'ni innovatsion korxonalar tashkil topishi sur'atlari qisqaradi, oqibatda hozirgi kunda korxonalarining faoliyat yuritish imkoniyatlari kamayib boradi. Soliq yukining pasayishi innovatsion tadbirkorlikka qamda iqtisodiyotning xususiy sektoriga investitsiyalar jalb qilishda ikkilamchi kapital (qimmatli qoqozlar bozori)ning ahamiyatini oshiradi.

### **Qisqa xulosalar**

Innovatsiya – bu mavjud eqtiyojni to'la qondirish maqsadida yangilik(kashfiyot) yaratish, tarqatish va uni amalga tatbiq qilish.

Innovatsiyada ikki narsa mavjud, birinchidan, bu yangi g'oya, yoki tovar , xizmat. Ikinchidan, ishlab chiqarish tizimini sifat jiqtadan yangi darajaga o'zgartirishga olib keluvchi yangilik(kashfiyot)ni ishlab chiqarish tizimiga joriy(tadbiq) qilish.

Amaliyot natijalarini ko'rsatishicha, kichik korxonalar bozor talabiga tez moslasha olishi mumkin. Yirik korxonalar esa o'zining inertligi, "beso'naqay"ligi

<sup>40</sup> Журабоев И.Т.Ўзбекистонда инновацион тadbirkorlikни ривожлантириш омиллари// Бозор, пул ва кредит, №4 2004.

tufayli bozorning ozgaruvchan talabiga tezda moslasha olmaydi, ammo kichik korxonada taklif qilgan yangilikni katta miqdorda ishlab chiqarish imkoniyatiga ega.

Innovatsion tadbirkorlik, ya'ni yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanish bir necha etapda olib boriladi: yangi ideyalar izlab topish va uni baholash biznes plan tuzish; resurlarni topib, tajriba sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sinovdan o'tqazish; tovarni bozorga kiritish va o'tkazish. Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasida investitsiya-innovatsiya milliy dasturi qabul qilingan bo'lib, yagona maqsadga yo'naltirilgan holda, izchillik bilan amalga oshirilmoqda.

### **Nazorat va mulohaza uchun savollar**

1. Innovatsiya deganda nimani tushunasiz?
2. Iqtisodiy ta'limot asoschilari innovatsiya haqida qanday fikrlarni berishgan?
3. Kichik biznesda innovatsion faoliyatning olib borishning ustunliklari nimadan iborat,?
4. Innovatsiyaning klassifikatsiyasini keltiring.
5. Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asoslari nimadan iborat?
6. Innovatsion tadbirkorlikda venchur kapitalining o'rni qanday?
7. Innovatsion siyosat deganda nimani tushunasiz?
8. Innovatsion jarayonda davlatning roli qanday?
9. Innovatsiya faoliyatini rivojlantirish davlat dasturi nimalarni ko'zda tutadi?
10. O'zbekiston Respublikasining innovatsion siyosati qanday?

### **Asosiy adabiyotlar**

1. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004.
2. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.
3. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

## “Kichik biznesni boshqarish” fanini o‘qitishda yangi pedagogik texnologiyani qo‘llash bo‘yicha uslubiy ko‘rsatma

“Kichik biznesni boshqarish” fanini o‘qitish jarayonida yangi - innovatsion pedagogik texnologiyadan doimiy ravishda foydalaniladi. Pedagogik texnologiyaning eng asosiy negizi - bu o‘qituvchi va talabaning belgilangan maqsaddan kafolatlangan natijaga hamkorlikda erishishlari uchun tanlagan texnologiyalariga bog‘liq deb hisoblaymiz.

### “Kichik biznesni boshqarish” fani bo‘yicha Maqsad va natijalarni belgilash jadvali

O‘zlashtirish darajalari	Maqsadlari	Natijalari
I	Kichik biznes, xususiyl tadbirkorlik bo‘yicha tushunchani xosil qilish	Kichik biznesga yaqin terminlarni izohlab o‘tadi, sanab beradi, hikoya qiladi. So‘zma so‘z konspekt yozadi
II	Kichik biznes va xususiyl tadbirkorlik haqidagi bilimni berish, iqtisodiyotdagi o‘rmini tahlil qilish, tushunish, algoritim bo‘yicha faoliyatni ko‘rsatishni o‘rgatish	Analogiya bo‘yicha bilimlarni amaliyotda qo‘llaydi, kichik biznes korxonalarini tashkil qiladi, shunga o‘xshash mashqlarni mustaqil bajaradi. Kichik biznes korxonalarini qiyoslaydi va xulosa chiqaradi
III	Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida kichik biznesga oid bilimlarni berish, yangi bilimlarni, malakalarni qo‘llashini o‘rgatish	o‘z faoliyatini rejalashtiradi va tashkil qiladi, nostandart maqsadlarni bajarish uchun yangi sharoitda olgan bilimlarni va malakalarni qo‘llaydi.
IV	Kichik biznes va xususiyl tadbirkorlikka oid muammoni mustaqil topishni va yechishni o‘rgatish, ilmiy va ijodiy faoliyatga tayyorgarlikni shakllantirish	Muammoni mustaqil topadi va yechadi, tadqiqot o‘tkazadi va ixtiro qiladi.

O‘qitish jarayonida, maqsad bo‘yicha kafolatlangan natijaga erishishda qo‘llaniladigan har bir ta‘lim texnologiyasi o‘qituvchi va talaba o‘rtasida hamkorlik faoliyatini tashkil eta olsa, har ikkisi ijobiy natijaga erisha olsa, o‘quv jarayonida talabalar mustaqil fikrlay olsalar, ijodiy ishlay olsalar, izlansalar, tahlil eta olsalar, o‘zlari xulosa qila olsalar, o‘zlariga, guruhga, guruh esa ularga baho bera olsa, o‘qituvchi esa ularning bunday faoliyatlari uchun imkoniyat va sharoit yarata olsa, fikrimizcha, ana shu o‘qitish jarayonining asosi hisoblanadi.

“Kichik biznesni boshqarish” faninining har bir dars, mavzu, o‘quv predmetining o‘ziga xos texnologiyasi bor. O‘quv jarayonidagi pedagogik texnologiya -bu yakka tartibdagi jarayon bo‘lib, u talabaning ehtiyojidan kelib chiqqan holda bir maqsadga yo‘naltirilgan, oldindan loyihalashtirilgan va kafolatlangan natija berishiga qaratilgan.

**1-Mavzu . ” Kichik biznesning mohiyati va rivojlanishi”.**  
**Ma’ruzaning o’qitish texnologiyasi**

Fakultet “Xalqaro biznes” kafedra “Xalqaro biznes”, o’quv bosqichi 1-2 semestr.	O’quv predmeti Kichik biznesni boshqarish	Mavzu tartib raqami-1, ajratilgan soat miqdori 2 soat
Talabalar soni: 18.	O’qitish texnologiya muallifi Shodibekova D.A.	O’qituvchi Shodibekova D.A.
O’quv mashg’ulotning shakli	Kirish-mavzu ma’ruzasi	
Ma’ruza rejasi:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 O’quv predmetining maqsadi, vazifasi va tuzilishi.</li> <li>2. Kichik biznes tushunchasi.</li> <li>3. Kichik biznesdagi tadbirkorlik turlari, shakllari.</li> <li>4. Kichik biznes rivojlanish bosqichlari.</li> <li>5. Kichik biznesning rivojiga ta’sir etuvchi omillar.</li> <li>6.O’z R Prez 2005 yil farmonarida kichik biznesni rivojlantirish chora tadbirlari</li> </ol>	
O’quv mashg’ulotning maqsadi:	Kichik biznesning mohiyati va rivojlanishini aniq ko’rsatish, fanning maqsadi unga ta’sir etuvchi omillar, respublikada kichik biznes faoliyatini amalga oshirish usullari bilan tanishtirish	
<p>Pedagogik masalalar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• predmetning mohiyatini, vazifasini, o’quv kurslar tizimida tutgan o’rni ko’rsatib berish va tanishtirish;</li> <li>• o’quv predmetni tuzilishini va tavsiya etilgan o’quv-uslubiy adabiyotlarni sharhlab berish;</li> <li>• predmetning asosiy masalalarini va unga ta’sir etuvchi omillarini yoritib berish;</li> <li>• kichik biznesni boshqarish yuritishning o’ziga xos bo’lgan usullari bilan tanishtirish;</li> <li>• o’quv predmetni o’zlash-tirishda metodologik va tashkiliy xususiyatlari hamda baholash tizimini ochib berish;</li> <li>• kichik biznes mohiyati, rivojlanishi, o’zR Prez 2005 yil farmonarida kichikbiz-nesni rivojlantirish chora tadbirlarini aniq ko’rsatib berish</li> </ul>	<p>O’quv faoliyatning natijalari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-predmetning masalalarini va ta’minoti-ni shakllantiradi;</li> <li>-predmetni bosqichma-bosqich sistemalashti-rishga, o’quv faoliyatida baholash va nazorat etishni ta’minlaydi;</li> <li>• kichik biznesni boshqarish sohasidagi nazariya va amaliyotdagi yutuqlarni bilishga zamin yaratadi;</li> <li>• predmet miqyosida ishlashning ustlubiy va tashkiliy xususiyatlarini ochib beradi hamda talabalar bilimini baholash shakllarini va vaqtini aniqlab beradi;</li> <li>• Kichik biznes rivojlanish bosqichlarini ko’rsatib beradi.</li> <li>• Kichik biznesning rivojiga ta’sir etuvchi omillar aniqlaydi; O’zR Prez 2005 yil farmonarida kichikbiz-nesni rivojlantirish chora tadbirlarini aniq ko’rsatib beradi</li> <li>• tashqi muhit harakteristikalarini sxema tarzda shakllantirish va uning xususiyatlarini ochib berish imkoniyatlarining samarasi o’rtadi;</li> <li>• predmetni mohiyati va vazifalarini bosqichma-bosqich o’zlashtirish usulini shakllantiradi.</li> </ul>	
o’qitish vositasi	Ma’ruzalar matni, slaydlar, flamastrer, kompyuter texnologiyalari, grafik organayzer	
o’qitish usullari va shakli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ma’ruza, aqliy xujum, pinbord texnikasi;</li> <li>• To’g’ridan-to’g’ri, jamoa va guruhda ishlash</li> </ul>	
o’qitish sharti	Texnik vositalari bilan jihozlangan va guruhlarda ishlash imkoniyati mavjud bo’lgan o’qitish xonasi.	

**“Kichik biznesning mohiyati va rivojlanishi” - mavzusi bo‘yicha ma‘ruzasining texnologik haritasi**

O‘quv mashg‘u lotining bosqichlari	O‘qituvchining faoliyati	Talabanning faoliyati
1-Bosqich. O‘quv mashg‘ulot mavzusiga kirish (20 min)	<p>1.1. O‘quv predmetning nomini e‘lon qiladi. Predmet haqida boshlang‘ich ma‘lumot berib, mazkur fan miqyosida amalga oshiriladigan uslubiy va tashkiliy ishlarining xususiyatlarini ochib beradi.</p> <p>1.2. Mazkur predmet bo‘yicha o‘rganiladigan mavzularning nomlarini e‘lon qiladi, ma‘ruza va seminar mashg‘ulotlarini bir-biriga bog‘lagan holda ularga qisqacha xarakteristika beradi. Predmet bo‘yicha reyting tizimini, joriy baholash mezonlari, oraliq va yakuniy nazorat o‘tkazish tartiblarini bilan tanishtiradi (Ilova 1). Asosiy adabiyotlar ro‘yxati bilan tanishtirib, ularni sharxlab beradi.</p> <p>1.3. Mavzuning nomini, birinchi o‘quv mashg‘ulotining maqsadi va vazifasi aytiladi.</p> <p>1.4. Mazkur mavzu bo‘yicha talabalarga ma‘lum bo‘lgan tushunchalarni aniqlashtirib olish maqsadida aqliy hujum usuli qo‘llaniladi (Ilova 2). Talabalar tomonidan aytilgan barcha tushuncha va ta‘riflar doskaga yozib boriladi.</p> <p>1.5. Mazkur ish o‘quv mashg‘ulotining oxirida to‘liq me‘yoriga yetkazilishi haqida e‘lon qilinadi.</p>	<p>Eshitadilar</p> <p>Eshitadilar va yozib oladilar</p> <p>Eshitadilar va yozib oladilar</p> <p>Eshitadilar va yozib oladilar</p>
2. Asosiy bosqich (50 min)	<p>2.1. Ma‘ruza matni tarqatiladi, uning rejasi va tayanch iboralar bilan tanishib chiqish taklif etiladi.</p> <p>2.2. Kichik biznesni mohiyati, maqsadi va mazmuni to‘liq ochib beriladi. Slaydlarda ko‘rsatiladi, Kichik biznes ta‘sir etuvchi omillar haqida ma‘lumot beriladi.</p> <p>2.3. o‘zR Prez 2005 yil farmonarida kichik biznesni rivojlantirish chora-tadbirlarini aniq ko‘rsatib beriladi, misollar bilan mustahkamlanadi, uni amalga tadbir qilish yo‘nalishlari ko‘rsatiladi. Mavzuning har bir punkti bo‘yicha yakuniy xulosa chiqib, muhim bo‘lgan momentlarini ta‘kidlab utiladi.</p> <p>2.4. Mavzuda ko‘rsatilgan tayanch iboralar va tushunchalarga qaytish tavsiya etiladi (slayd ko‘rsatiladi). Talabalar bilan birgalikda ularni guruhlariga bo‘lgan holda biznes yuritishning turlariga, tashqi muhitning xarakteristikalariga kiska va lyunda ta‘rif berish jarayoni (Pingbord texnikasi) amalga oshiriladi</p>	<p>Eshitadilar va maruza matni yoki tarqatma materiallarga yozib belgilar quyib boradi</p> <p>Savollar beradilar</p> <p>Tayanch iboralar va tushunchalar muvokamaqilinadi</p> <p>Barcha ma‘lumotlar taritibga solinadi va yozib belgi kuyib boriladi.</p>
3. Yakuniy bosqich (10 min).	<p>3.1. Mavzu bo‘yicha yakuniy xulosa chiqariladi. Mazkur mavzuda otingan bilim keyingi mavzularni uzlashtirishda muhim o‘rin tutishligi ta‘kidlab o‘tiladi.</p> <p>3.2. Qo‘yilgan maqsadni qay darajada amalga oshirilganligi hamda talabalarining faoliyati tahlil qilinadi va baholanadi.</p> <p>3.3. Mustaqil ishlash uchun uyya topshiriq beriladi. Mustaqil ishni bajarish uchun nimalarga e‘tiborni qaratish kerakligi ta‘kidlanadi.</p>	<p>Savollar beradilar</p> <p>Eshitadilar</p> <p>Eshitadilar va topshirikni yozib oladilar</p>

## 1- ILOVA

**Baholash mezonlari:** Talabalar “ ” fanidan quyidagi reyting ballari orqali baholanadi:

50%- 27 ball, joriy baholashga;

20%- 10,8 ball, oraliq baholashga;

30%- 16,2 ball, yakuniy baholashga.

86-100%, 46,0-54,0 ball -- “a’lo”

71-85%, 38,0-45,9 ball -- “yaxshi”

55-70%, 29,7-37,8 ball -- “qoniqarli”

## 2-ILOVA

### “Aqliy hujum” uslubi

**Aqliy xujum (breynstorming – akl buroni)** – Amaliy yoki ilmiy muammoni jamoa g’oyalarning generatsiyasi (yigindisi) orqali yechish uslubi.

Aqliy xujum davrida ishtirokchilar mavjud qiyin muammolarni yechish mumkin bo’lgan fikrlarni bayon etishadi, bunday fikrlar tanqidiy qarashlardan yiroq bo’lib, ulardan eng samarali va to’g’ri bo’lganlarni saralash, muhokama etish, rivojlantirish, baholash, orqali bu fikrlarni makullanadi yoki inkor etiladi.

Bunday uslub hamma vazifalarni bajaradi, ammo uning asosiy vazifasi talabalarda o’qish, bilim olish faoliyatini yuksaltirish, kommunikativ odatlarni rivojlantirish, mustaqil ravishda muammoni yechish va tushunish qobiliyatini va muomala madaniyatini rivojlantirish, ijodiy masalalarni yechishda eskicha fikrlash yirok bo’lishni aktivlashtirishdir.

**To’g’ridan- to’g’ri jamoa aqliy xujumi** – mumkin qadar ko’pchilikning fikrlarini ta’minlab beradi. Hamma ishtirokchilar bitta muammoni hal etadilar. Ishtirokchilarning optimat soni 15 oshik bo’lmasligi kerak. Muddati 1 soatgacha. Tatbiq etish muvaffaqiyati ishtirokchilarga bog’liq.

**Omnaviy aqliy xujum** – katta auditoriyada fikrlarning yig’indisini uygunlashishga imkoniyat beradi (60 odamgacha). Mikro-guruhlar ichida yirik muammoni biror bir jabxasi yechiladi.

### Aqliy xujum qoidalari:

- ◆ Hech qanday o’zaro baholash va tanqid kerak emas!
  - ◆ Berilayotgan fikr va g’oyalar qanchalik fantastik va ishonarsiz bo’lishidan qat’iy nazar, ularni baholashdan o’zingni tiy-hamma narsa mumkin!
  - ◆ Tanqid qilma- barcha aytilayotgan g’oyalar teng huquqli;
  - ◆ So’zlayotganing so’zini bo’lma!
  - ◆ Tanbeh berishdan saqlan!
  - ◆ Maqsad juda ko’p fikrlarning bo’lishidir;
  - ◆ Qancha ko’p goya aytilsa, shuncha yaxshi: shunda yangi va kimmatli goyaning paydo bulish ehtimoli ancha oshadi;
  - ◆ Agar g’oya-fikrlar takrorlansa, xafa va norozi bo’lma;
  - ◆ Tasavvuringga erkinlik ber!
  - ◆ O’zingda paydo bo’lgan g’oyalardan, mabodo ular qabul qilingan tartiblariga javob bermasa xam, tortinma;
- Ushbu masala (muammo) faqat ma’lun bo’lgan usullar bilan hal etilishi mumkin deb, aslo o’ylama

## IZOHLI LUG'AT

**Asosiy fondlarga kapital kiritish** - bu asosiy fondlarga joriy davrda kiritiladigan investitsiyalarni avvalgi yilga qaraganda o'sishidir. Bu miqdor - asosiy fondlar qiymatini yilning hozirgi va boshidagi farqi bilan aniqlanadi.

**Audit**- xo'jalik faoliyatini tekshirish, taftish va tahlil qilish.

**Auksion**- maxsus kim oshdi savdo bozorlari, tovarlarni talabgor xaridorlarga sotish usuli. Auksion savdo tovarlarining nisbatan cheklangan ro'yxati bo'yicha (mo'yna, choy, ho'l meva, sabzavot, baliq, zotli ot, badiiy hunarmandchilik buyumlari, antiqa buyumlar va b.) o'tkaziladi.

**Bank rezervlari**-- bu banklarda saqlanuvchi naqd pullar, hamda markaziy bankda saqlanuvchi foizsiz depozitlardir.

**Bankrotlik** - sinish, fuqaro, korxon, firma yoki bankning mablag' yetishmasligidan o'z majburiyatlari bo'yicha qarzlarni to'lashga qurbi yetmasligi. Bankrotlikga uchrashning sabablari tovar ishlab chiqarishda qiymat qonunining amal qilishi, raqobat va inflatsiya bilan belgilanadi. Korxonaning bankrot deb e'lon qilinishi unga nisbatan qator sonatsiyalash tadbirlarini amalga oshirishni, unga har tomonlama yordam ko'rsatishni ko'zda tutadi. Bozor sharoitida davlat tomonidan bankrot korxonalar va ahvollarini yaxshilab olish uchun ko'mak tarzida bir qator tadbirlar ko'riladi. Bankrot deb e'lon qilingan korxonalar asosan shu korxonalar jamoa a'zolariga ijaraga berilishi yoki boshqa korxonalariga sotilishi, ular bilan birlashib ketishi mumkin.

**Bazis (asos) narxi** - bu soliqlarni hisobga olish va to'lanishigacha bo'lgan narxdir. U tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish, ishlab chiqaruvchi daromadini va subsidiya miqdorini o'z ichiga oladi.

**Bazis baho** - 1) umuman tovarlar va ularning ayrim guruhlari bo'yicha savdoda (eksport va import) baholar indeksini aniqlash uchun ishlatiladigan asos. BMT davriy iqtisodiy nashrlarida, xalqaro va milliy tashqi savdo statistikada chop etiladi. Hozirgi sharoitda BMT statistikasida asos sifatida 1980 yilning eksport baholaridan foydalaniladi; 2) muayyan mahsulotning tashqi savdo bahosini aniqlashda namuna sifatida olingan va qayd qilingan, ma'lum sifatlarga ega bo'lgan buyum bahosi.

**Biznes** - daromad keltiradigan yoki boshqa navf beradigan xo'jalik faoliyati yoki tadbirkorlik-tijorat ishlari bilan shug'ullanish, pul topish maqsadida biror ish bilan band bo'lish. Biznes tovar ishlab chiqarish va uni sotish, xizmat ko'rsatish, transport va boshqa sohalardagi faoliyatdir. Biznes xo'jalik yuritish ko'lamiga qarab yirik, o'rta va mayda turlarga bo'linadi.

**Bosiq (maxfiy) inflatsiya** — bu iqtisoddagi inflyatsion jarayonlarni qattiqqo'llik bilan tartibga solinishi va belgilangan narxlarni o'ziga xoslik bilan namoyon bo'lishidir. Narxlarni yuqoridan belgilangan saviyada saqlashda inflatsiya muomiladagi pullar miqdorini oshirib berishi va ularni sotib olish qobiliyatining pasayib ketishi, shu sababli tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni haddan tashqari o'sishi va ularning yetishmasligi, hamda xalqning odat bo'lib qolgan talabini yo'qqa chiqishga olib keladi.

**Bozor narxi** - bu talab va taklif ta'sirida bozorda o'rnatiladigan narx bo'lib, u haridorlarni tovar va xizmatlarni tovar va xizmatlar uchun to'laydigan haqiqiy narxidir. Bunday narx xarajat va foydadan tashqari sof qo'shma soliqlarni va choy pulini ham o'z ichiga oladi.

**Cheklangan import, investitsiya, iste'mol qobiliyati** — bu bir pul birligiga to'g'ri keladigan daromadni ko'payishi bilan bog'liq xarajatlarini importga, investitsiyaga va iste'molga o'sishidir.

**Davomli inflatsiya** - bu uzoq davom etgan vaqt davrida muntazam yuqori yoki past saviyadagi inflatsiyaning barqaror turishiga oid vaziyatdir. Barqarorlikga qadar davomli inflatsiya hukm surgan davlatlarga misol sifatida Braziliya, Isroil, Meksika, Peru, Argentinalarni keltirish mumkin.

**Defitsit (yetishmaslik)**- bu bozordagi vaziyat bo'lib amaldagi narxda talab miqdori taklif miqdoridan ortiq bo'ladi. Yetishmaslik barqaror voqea bo'lib faqat pul narxlarini kamaytirish foydali buyumlar raqobatchi haridorlar orasida taqsimlashda o'z vazifasini bajarmay qo'yadi (taqsimlash mexanizmi qarang).



**Deflyatsiya** - birgalikdagi talabni kamayishi sababli iqtisodda o'rtacha narx saviyasi pasayishiga olib keluvchi ananadir, jamiyat mehnat unumdorligini oshishi hisobiga tovarlar qiymati pasayishi yoki bo'lmasa muomaladagi pullar miqdorini kamayishi yuzaga keldi.

**Depozitlar** - ma'muriy, adliya, bojxona, moliya-kredit idoralarida saqlanuvchi pul vositalari yoki qimmatbaho qog'ozlardir. Bu bir necha ma'noga ega: banklardagi omonatlar, moliya-kredit institutlarida saqlanayotgan qimmatbaho qog'ozlar, soliq to'lash va boshqa to'lovlar badallari.

**Devalvatsiya** - markaziy bank aksiyasi bo'lib milliy valyutani birliklari sonini rasmiy oshirib beradi, ular esa xorijiy valyutalarga almashlanishi mumkin. Devalvatsiya milliy valyuta qiymatini xorijiy valyutaga nisbatan pasayishida namoyon bo'ladi.

**Did va afzal ko'rish** - iste'molchini turli tovar va xizmatlarga munosabatlarini, ularni iste'molchi uchun zaruriylik darajasini va uning yaxshi kayfiyatiga ta'sirini aniqlashdan iboratdir.

**Differensial mahsulot** - agar iste'molchilar turli firmalar mahsulotlarini biri biridan farqli deb hisoblasalarigina bozor mahsulot bo'yicha differentsiatsiyalashgan deb hisoblanadi. Ikki turli markadagi pivo differentsiatsiya dastlabki mahsulotga misol bo'ladi. Bu esa tarmoq tarkibini aniqlovchi omillardan biri hisoblanadi.

**Diskont darajasi**— bu bugungi qiymatni hisoblash uchun ishlatiladigan foiz stavkasi.

**Diskontlash** - murakkab foiz qo'shimchasiga qarama-qarshi bo'lgan operatsiya, ular kelajak qiymatlarini hozirgi davrda mavjud qiymatlarga aylantirilishda ishlatiladi, kelajak to'lovlari yoki tushumlari joriy qiymatini aniqlashga imkon beradi.

**Dividend** - aksionerlik jamiyatiga tegishli daromadning bir qismi bo'lib, har yili aksiyadorlar orasida ularda mavjud bo'lgan aksiyalarni turi va soniga qarab taqsimlanadi.

**Eksport**— bu tashqi bozorlarda amalga oshirish niyatida xorijga tovar, xizmatlar va kapital chiqarish.

**Erkin kirish**— bu yangi ishlab chiqaruvchilarni bozorga hech qanday to'siqsiz kirish vaziyati.

**FOB** — to'g'ri ma'noda SIFdan farqli ravishda yuklarga ishlov berish, kafolatlash va boradigan manzilga yetkazib borish qiymati uning narxiga oshirilishi lozim.

**Foizning haqiqiy stavkasi** — bu ma'lum vaqt davrida aktivlar haqiqiy qiymatini depozitiv hisoblarida va qimmatbaho qog'ozlarda oshib borishi foiz stavkasidir; hozirgi davrda kutilgan inflatsiya jadalligi bilan aniqlashtirilgan foizni nominal stavkasi.

**Friksion ishsizlik** vaqtinchalik ish bilan band bo'lmaslik.

**Giperinflatsiya** (- inflatsiyani eng yuqori saviyasi (odatda 200%dan ortiq bo'ladi) bo'lib ishlab chiqarish hajmini qisqarishi va jamiyatda ijtimoiy keskinlikni jadallashishi bilan bog'liq.

**Ichki iazorat mexanizmlari** - bu mexanizmlar firmaning ichida joylashgan bo'lib firma boshqaruvchisini foydani iloji boricha ko'paytirishga undaydi. Ular boshqaruvning umumiy chizmasini, huquqqa egalik qilish kurashini va unumdorlikga asoslangan haq to'lash tizimini o'z ichiga oladi.

**Identifikatsiyalash** - loyihalarga bo'lgan talablarni aniqlash. Bu loyiha siklining bir bosqichi bo'lib, unda kapitalni kiritish kerak bo'lgan imkonli obyektlarni aniqlash amalga oshiriladi. Buning maqsadi infrotarkibni, tabiiy resurslar zaxirasini, xalq talabini qondirish va boshqalardan iboratdir. Xususiyy investitsiyalarga nisbatan esa ko'proq daromad keltiruvchi sohalarini izlab topishdan iboratdir. Ushbu bosqich xulosasi bo'lib bir qator muqobil loyihalarni tanlab olib, ular orasida o'tkaziladigan tahlillar asosida amalga oshirilishi kerak bo'ladigan loyiha tanlab olinadi.

**Import** - davlat ichki bozori uchun tovar va xizmatlarni xorijdan olib kelish imkonini, hamda texnologiya va kapitalarni ham chetdan amalga oshirish uchun olib kelinishi.

**Importga bo'lgan qobiliyat** - daromaddagi import xarajatlari ulushi.

**Indekslash** - iqtisodda narx o'rtacha saviyasi o'zgarishiga bog'langan holda ish haqini va boshqa daromadlarni tuzatish tizimi.

**Inflatsiya** - bu iqtisodda narxlarning o'rta saviya dinamikasi bo'lib, hamma vaqt mavjud bo'lgan oshib boruvchi an'anadir.

**Inflatsiya darajasi** ma'lum vaqt davrida (oy, yil) narx saviyasining foizli o'zgarishi.

**Infrotarkib** — bu moddiy, tashkiliy-huquqiy sharoitlarning birligi bo'lib, barqaror iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlaydi. Moddiy sharoit - bu taraqqiyot topgan bog'lanish yo'llarini, aloqa vositalarini, suv va elektr ta'minoti tarmoqlaridir. Tashkiliy-huquqiy sharoitlar - bular taraqqiyot topgan davlat va xususiy institutlar, hamda barqaror qonuniyat asoslarini mavjudligidir.

**Injinirov** - bu loyihalarni texnik ishlab chiqarishi, smetalar tuzilishi, ba'zida esa loyihani moliyaviy va ekologik asoslanishi va bu sohadagi xizmat ko'rsatish faoliyatidir.

**Institsiutsional tahlil** — loyiha tahlilining jihati yoki bo'limi bo'lib u o'zining maqsadi qilib, tashkiliy, huquqiy, siyosiy va boshqaruv shartlarini qamrab oladi hamda ular doirasidagi aniq loyiha amalga oshadi.

**Investitsiya (kapital kiritish)** - xususiy sektor va davlat ichida va xorijda turli iqtisod tarmoqlariga yoki qimmatbaho qog'ozlariga kapital mablag'larning uzoq muddatga kiritilishi.

**Investitsiya qilish qobiliyati** - bu milliy daromadni kapital kiritish uchun ishlatiladigan ulushi.

**Iqtisodiy agentlar** - bu iqtisodiy birlikni xo'jalik qarorlarini qabul qiluvchi va amalga oshiruvchilar bo'lib, ularga iqtisodiy foydali buyumga egalik qilish huquqi belgilangandir. Xo'jalik qarorlarini turiga qarab (ishlab chiqarishga, mehmonga oid, muvofiqlashtirish masalasiga oid) quyidagi iqtisodiy agentlar turlari mavjud: firmaga, uy-ro'zg'or xo'jaligiga— bu tovar yoki xizmat bo'lib foydali xususiyatga egadir (bevosita yoki foydali buyum ishlab chiqarishda resurs sifatida) va kamyob hisoblanuvchidir.

**Iqtisodiy foyda**-bu jamg'arma daromaddan birgalikdagi xarajatlarni ayirilishdan keyingi miqdordir yoki firma egalariга ularni foydalanadigan barcha ishlab chiqarish omillari to'lovlarini to'laganlaridan keying daromaddir.

**Iqtisodiy o'sish** - bu iqtisodiy potensialni o'stirish va o'zgarimas narxda ifodalangan, YAMMni potensial o'sishidir.

**Iqtisodiy renta** - bu foydali buyum yoki xizmat ishlab chiqaruvchini ishlab chiqarishni tiklashi uchun kerakligidan ortiqcha olishidir ishlab chiqaruvchining ortiqchaligi sinonimi.

**Iqtisodiy xarajatlar** - o'rtacha xarajatlarga o'xshash.

**ishdan ikkinchisiga o'tish davrida yuzaga keladi. Maxfiy ishsizlik** - ishlab chiqarishda band bo'lgan, haqiqatda esa ortiqcha hisoblangan ishchilardir, chunki ushbu ishlab chiqarish jarayoni haqiqatda oz sonli ishlovchilar talab qiladi.

**Ishlab chiqaruvchilar narxi** - tovar va xizmatlarni bazis narxini, barcha qo'shimcha soliqdami o'z ichiga oladi, faqat subsidiyani hisobga olmaydi.

**Ishsizlik** - ishchi kuchining band bo'lmashligi, ishga ega bo'lishni xohlovchi, uni izlovchi.

**Ishsizlik saviyasi** - ishsizlarni umumiy sonini ishchi kuchlariga nisbati.

**Ishsizlikni tabiiy saviyasi** - iqtisodiy taraqqiyot davri tavsifiga loyiq ishsizlik saviyasi, bunda real va potensial yalpi milliy mahsulot (YAMM) dinamikasi bir-biriga to'g'ri keladi. Friksion va tarkibiy ishsizlik ko'rsatkichlari jamg'armasi sifatida aniqlash mumkin

**Iste'mol imkoniyatlarining chegarasi**-agar ushbu foyda keltiruvchanlik saviyasi boshqalarda qisqargan holda yakkla shaxs olishi mumkin bo'lgan foyda keltiruvchanlikning eng katta o'Ichovini ko'rsatuvchi jadvaldir.

**Iste'mol qilish qobiliyati** bu daromaddagi iste'mol xarajatlari ulushi.

**Iste'molchilar narxi indeksi** - o'rtacha oilalar tomonidan iste'mol qilinadigan tovar va xizmatlar narxi asos qilib olingan davrga nisbatan o'zgarishining o'rtacha saviya ko'rsatkichi.

**Kapital** - bu turli ma'nolarda ishlatiladigan atamalaridir: 1) Inson tomonidan yaratilgan tovar va xizmatlar ishlab chiqiladigan resurslar. (Investitsion tovarlar ishlab chiqarish vositalari).2) Daromad olish maqsadida u yoki bu faoliyat sohasidagi ishbilarmonlik operatsiyalarida (ishlab chiqarish, savdo va boshqalar) ishlatiladigan asosiy vositalar va pul resurlari birligi.

**Kapital eksporti** — bu o'z davlati tashqarisiga kapitalni tijorat maqsadlariga chiqarish.

**Markaziy bank** -davlat idorasi bo'lib pul muomalasini moliya bozorlari va institutlarni

yo'lga solish va nazorat qilish bilan shug'ullanadi.

**Milliy daromad** - milliy ishlab chiqarishdan keladigan daromad; iqtisoddagi barcha turdagi daromadlar jamg'armasi. U ish haqini, renta daromadini, korporatsiya daromadlarini qiymatdan keladigan sof foiz va daromadlarni o'z ichiga oladi. Yana yalpi milliy mahsulot bilan asosiy kapitalni iste'moli xarajatlari va qo'shimcha soliqlar tafovuti sifatida aniqlanadi.

**Moliyaviy kapital** -firmaga suda ko'rinishida beriladigan vositalar bo'lib, uni haqiqiy kapital sotib olish yoki ijaraga olib turish maqsadida ishlatiladi.

**Muddatli omonatlar** - banklarda ma'lum muddati qo'yilgan va u muddat tugagunga qadar talab qilish mumkin bo'lmagan omonatlar.

**Mulk** - bu kimgadir tegishli va qiymatga ega boylikdir.

**Muomiladaga pullar, valyuta** -davlat tomonidan muomilaga chiqarilgan foizsiz qog'oz va metall pullar pul massasi, muddatli omonat.

**Narx** - tovarni pul bilan ifodaluvchi qiymati. U tovarni ishlab chiqarilishi bilan bog'liq xarajatlarni va daromadni o'z ichiga oladi.

**Narxlar indeksi** - ikki turli vaqt davrida tovar va xizmatlar narxi nisbatini aks ettiruvchi ko'rsatkichdir.

**Nominol YAMM** -bu joriy narxlarda ifodalangan YAMMdir.

**O'rta xarajatlar** - bu birgalikdagi xarajatlarning mahsulot birligi soniga nisbatidir, yani chiqariladigan mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlar. Yana qisqa muddatli o'rta xarajatlar va uzoq muddatli o'rta xarajatlariga ham qarang.

**O'zaro manfaatdor savdo** - har ikkala tomon (sotuvchi va oluvchi) manfaatdor bo'ladigan savdo.

**O'zgaruvchan narxlar** - bu talab va taklifni birgalikdagi o'zgarishida yuzaga keluvchi erkin o'zgaruvchan narxdir.

**Omonatga bo'lgan qobiliyat** - omonatning daromaddagi ulushi.

**Ortiqcha talab** - bu iqtisodiy vaziyat bo'lib, tovar va xizmatlarni amaldagi narxlar talab ularni taklifidan ortiq bo'ladi. U yana yetishmovchilik deb ham ataladi.

**Past tabaqadagi buyum** - arzon turdagi sigaretlarga o'xshash tovarlar va past sifatli spirtli ichimliklar, ularni iste'mol qilinish hamma sharoitlar bir xil bo'lganida ham daromad oshgani sari pasayib boradi. Daromad oshgani sari bu kabi tovarlar egri chizig'i chapga qarab siljiydi yoki bo'lmasa xuddi shunga o'xshash, talab egiluvchanligi daromad bo'yicha salbiydir.

**Potensial YAMM** - amaldagi resurs va ish kuchi yordamida erishish mumkin bo'lgan ishlab chiqarish hajmi.

**Pul bazasi (negizi)** - muomiladagi naqd pul miqdori. Unga korxonalar kassalaridagi va milliy banklardagi tijorat banklar rezervlari ham kiradi, undan kredit berilmaydi.

**Pul bosib chiqarishdagi keladigan davlat daromadi** - davlat budgetiga tushadigan sof tushumlar. Ular qo'shimchapullarning muomalaga kiritilishida yuzaga keladi. Griperinflatsiya davrlarida pul emissiyalarini jadallashtirilishi natijasi davlat yalpi milliy mahsulotining 12% hajmiga to'g'ri keladi.

**Pul siyosati** bu davlat tomonidan o'tkaziladigan pul masalasidagi o'zgarishlardir.

**Pulning yalpi taklifi** - iqtisodga hozirgi vaqtda xizmat qilib turgan pullarni umumiy miqdori. o'z ichiga banknotlarni, muomaladagi tanga pullarni, xalqni bankdagi depozitlari va boshqa qimmatbaho qog'ozlar.

**Pulga bo'lgan talab** - bu xalq hayotini hamma jabhalari uchun kerakli hisoblangan pul miqdoridir: ya'ni iste'mol uchun, jamg'arish uchun, bitimlarni amalga oshirish uchun, "jo'shqinlik kun" uchun va hokazolar. U birgalikdagi iste'molni funksiyasi foiz stavkasi, operatsiyasi xarajatlar va boshqa o'zgaruvchilar sifatida ifodalanadi.

**Qattiq, narxlar** - bu qisqa muddatli kelajakda birgalikdagi talab o'zgarishidan keyin ham o'zgaray qoladigan narxdir.

**Qayta qurilishi, eskirgan tarmoqlar va kasblarning yo'qotilishi, ishchi kuchi malakasi**

**pastligi yoki butunlay yo'qligi hisobiga yuzaga keladi.**

**Qaytmas xarajatlar** — omil xarajatlari, bir marta qilingan bo'lib, qaytarilib olinmasligi mumkin. Masalan, agar mashina 100 ming so'm tursa, u eski mashinalar bozorida 80 ming so'mga sotilsa, ya'ni har mahal qiymat orasidagi farq, 20 ming so'm qaytmas xarajatlar tarkibiga kiradi, deb unda iqtisodchi aytishi mumkin. Qaytmas xarajatlar bir vaqtdagi xarajatlar soniga kirmaydi.

**Qimmatbaho qog'ozlar**— bo'lar moliyaviy hujjatlar bo'lib (veksellar, cheklar, aksiyalar, obligatsiyalar va hokazolar) ular aktivlar egasiga dividend ko'rinishida daromad keltirishiga guvohlik beradi.

**Qisman muvozanat tahlili** — alohida bir cheklangan bozor misolida muvozanatni o'rganish.

**Qo'shilgan qiymat**— ishlab chiqilgan tovar va xizmatlar qiymatlari bilan va o'rtalikdagi iste'mol qiymati oralig'idagi material xarajatlari, amortizatsiya ajratmalari va qo'shma xarajatlar bilan farqlidir. U sotilgan mahsulot qiymati bilan uni ishlab chiqarilishiga sarflangan xarajatlar ayirmasi bilan aniqlanadi. Harajatlarga ishchi kuchining qiymati qo'shilmaydi.

**Qo'shilgan xarajatlar**— shartli hisoblangan xarajatlar bo'lib, ular omil egasi, u optimal tarzda ishlatmasligi ham mumkin. Masalan, xususiy mulk egasini vaqtida ishonitirilgan xarajatlar, agar u o'z vaqtini xizmatchilarni qabul qilish bilan emas, balki biznesni harakatlantirish uchun ishlatsa, bu ular uchun imkoniyatni boy berish bilan barobardir.

**Real (haqiqiy) ish haqi** - narxlar o'zgarishi saviyasiga to'g'rilangan nominal ish haqi.

**Resurslar alokatsiyasi** - iqtisodiy agentlar orasida kamyob resurslar taqsimlanishi. Ma'lum alokatsiya jamiyatning asosiy uchta iqtisodiy savolga javobi hisoblanadi: Nima ishlab chiqarish kerak? Uni qanday ishlab chiqarish kerak? Ishlab chiqarishi natijalariga kim egalik qiladi?

**Sanoat sikli** - bu mutazam takrorlanmaydigan iqtisodning taraqqiyot davri bo'lib, ish faolligi ko'tarilish holatidan pasayishga o'tib turishdan iboratdir.

**Savdo balansi** (savdo balansiga qarang) kapital bilan bo'ladigan moliyaviy operatsiyalar balansi - xorijsa ketadigan va undan keladigan kapitallar harakatini aks ettiradi (qarzlarni, kreditlarni, holis qilinadigan yordamni, xorijsiy investitsiyalarni).

**SIF (narx, sug'urta, fraxt)** - bu maxsus atama bo'lib, obyektning ko'rsatilgan oldi-sotdi narxi sug'urta xarajatlarni va fraxtni o'z ichiga oladi.

**So'rab olinadigan depozitlar** - bu so'rab olinadigan pul omonatlari bo'lib boshqalarda saqlanadi.

**So'rab olinadigan omonatlar** - so'rab olinadigan depozitga qarang.

**Subsidiyalari**-bu davlatni ishlab chiqaruvchilarga qaytarilmaydigan yordamidir. Bu yordam bevosita pul mablag'ini ajratishi (grantlarni) va davlat operatsiya xizmatlariga, soliq imtiyozlari va qiziqtirish-lari investitsiyalar shaklida bo'lishi mumkin.

**Tabiiy yakka hokimlik** -ma'lum turdagi mahsulotni ishlab chiqaruvchi tarmoq bo'lib unda yagona firma birgalikdagi tarmoq hajmidagi mahsulotni boshqa ko'plab firmalarga qaraganda kam xarajatlar bilan ishlab chiqarishi mumkin.

**Talab miqdoridagi o'zgarishi** - talab egri chizish bo'yicha harakatlanish. Foydali buyum narxidagi o'zgarishlar orqali did va afzal ko'rishlarda saqlanib keladigan o'zgarmas daromadga yuzaga keladi.

**Talab o'zgarishi** — bu talabning boshlang'ich egri chizig'idagi siljishi. Bu bitta yoki bir necha o'zgaruvchilarni o'zgarishi bilan yuzaga keladi va talabni egri chizig'iga shakliga ta'sir ko'rsatadi: daromadga, boshqa tovarlar narxlariga, did va avzal ko'rishlarga.

**Talab taklif miqdori** - ma'lum vaqt davrida sotuvchi (oluvchi berilgan narxda olishi) sotishi mumkin bo'lgan foydali buyum soni.

**Tariflar** — bu davlatga olib kirilishida bojxona to'lovi to'lanadigan tovarlar ro'yxatidir. Bu davlat tomonidan iqtisodni tartibga solishda importning boshqarilishi vositasi sifatida ishlatiladi.

**Tarkibiy ishsizlik** - majburiy ishsizlikning bir turi bo'lib iqtisodning tarkibi.

**Tartibga solish**— bu jarayon bo'lib, uning yordamida ijtimoiy ko'rsatkichlarni yaxshilash niyatida hokimiyatni bozor ishiga har tomonlama aralashishi va uzluksiz ishlab turishi uchun

sharoit yaratilishidir. Bunga misol sifatida, davlat tomonidan shunday tarmoqlarni, ya'ni elektroenergetika, suv ta'minoti, telefon aloqasini tartibga solinib turilishini keltirish mumkin.

**Tashqi dunyo** — bu xorijda iqtisodiy agentlarni birlashtiruvchi institutsional sektor bo'lib, ular ushbu davlat iqtisodiy agentlarini tashqi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirishini ta'minlaydi.

**Tashqi nazorat mexanizmlari**— bu firmadan tashqarida joylashgan mexanizmlar bo'lib firma boshqaruvchisini daromadni imkoni boricha oshirishga majbur qiladi. Ular o'zlariga umumiy bozor nazoratini, savdo bozoridaqi raqobatni va bozordagi kapital tomonidan qilinadigan taklifni intizomga chaqiruvchi ta'sirini oladi.

**Tashqi qarz xizmati** — olingan qarzlilar bo'yicha muntazam to'lanadigan foizlar mexanizmi.

**To'lov balansi**— jamg'arma balans hisobi bo'lib tashqi dunyo bilan operatsiyalar xulosasini ko'rsatadi (joriy operatsiyalar balansiga qarang). Kapitallar va davlat valyuta vositalari harakati saldolari xorijga to'lanadigan jamg'arma to'lovlilar va xorijdan ishladigan to'lovlilar ayirmasi sifatida aniqlanadi. Agar xorijdan kelib tushadigan valyuta — moliya vositalari xorijga to'lanadigan to'lovlardan ko'p bo'lsa, unda to'lov balansi ijobiy hisoblanadi va aksincha, kam bo'lsa — salbiy bo'ladi.

**Tovar va materiallar zaxirasi**— ishlab chiqilgan, ammo hali sotilmagan ishlab chiqaruvchilar omborlaridagi va ko'tara savdoni kutayotgan mahsulot.

**Tovar va xizmatlar balansi**— tovar va xizmatlar eksporti va importi balansi (sayyoxlik, transport va boshqalar) bo'lib hisobot davri oxiridagi saldoni aks ettiradi.

**Tovarlar eksporti** — bu ichki ishlab chiqarishi tovarlarni xorijga chiqarish, hamda xorijiy sheriklarga ishlab chiqarish va iste'mol tavsifiga ega xizmatlarni haq to'lash evaziga ko'rsatish.

**Umumiy muvozanat tahlili** — ma'lum vaqt davomida barcha bozorlarda muvozanatni o'rganish. Bunday tadbir bozorlar orasidagi o'zaro bog'liqlikni aniqlash uchun va tizimni bir butundek ishlashini ta'riflar beradi.

**Uzoq muddatli cheklangan xarajatlar**- bir dona qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish uchun talab qilinadigan qo'shimcha uzoq muddatli birgalikdagi xarajatlar.

**Uzoq muddatli taklif egri chizig'i**-bu uzoq muddatli kelajakda turli narxda firmalar taklif qiladigan mahsulot sonidir. Firma uchun prays-teyker cheklangan xarajatlarni uzoq muddatli o'rtacha xarajatlardan ortiqiligini ko'rsatuvchi egri chizmadir.

**Uzoq muddatli yalpi xarajatlar** - berilgan hajmdagi mahsulotni uzoq muddatli davrda ishlab chiqish uchun zarur bo'lgan birgalikdagi xarajatlarni eng kichik saviyasi (muqobil xarajatlar bo'yicha o'lchangan).

**Xaqiqiy (real) YAMM** bu o'zgarmas narxlardagi YAMMdir. U joriy narxlarni narxlar o'zgarishi ko'rsatkichi asosida tuzatish kiritish orqali aniqlanadi (inflatsiya saviyasi).

**Xorijiy operatsiyalar balansi**— bu balans hisobi bo'lib, tashqi iqtisodiy operatsiyalarni tovar, xizmatlar va joriy transportlar bilan tashqi savdoni ko'rsatadi.

**Xususiy daromad** - alohida jismoniy shaxsiy soliq to'lashdan oldingi daromadi.

**Yalpi ichki mahsulot (YAIM)**— davlat hududida ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarning ma'lum vaqt davrida yalpi bozor qiymati.

**Yalpi milliy mahsulot (YAMM)**— ma'lum vaqt davrida milliy iqtisodiy ishlashi natijasi (bir oy, uch oylik, bir yil), u milliy ishlab chiqarish orqali o'lchanishi mumkin, YAMMni daromadlari va so'ngi iste'mollari, ishlab chiqarish orqali o'lchangan bo'lsa u ma'lum vaqt davrida davlatni rezidentlar - sektori tomonidan ishlab chiqilgan tovar va xizmatlarni yalpi bozor qiymati hisoblanadi, undan o'rtacha iste'mol qiymati ayirilmog'i darkor. Yalpi daromadlar orqali o'lchangan bo'lsa-u omil daromadlar jamg'armasi bo'lib, ichki ishlab chiqarishdan ma'osh shaklidagi omil daromadlari jamg'armasi korxonaga egalarga to'langan foizlar va daromadlar, hamda xorijdan keladigan rezidentlar sektori daromadining sof omilidir. So'ngi iste'mol orqali o'lchangan YAMM-bu uy xo'jaliklari, korxonalar va hokimiyat

tomonidan sotib olingan tovar va xizmatlarni, asosiy fondlarga kiritilgan kapital mablag'larni, hamda sotilmay qolgan mahsulotni birgalikdagi bozor qiymatidir. YAMMni o'lchanishini uchta usuli ham aniqlash bo'yicha bir xil natijaga olib keladi.

**Yalpi milliy mahsulot deflyatorlari-indeksi-YAMMni ko'rsatkichlarini** bunyod etish uchun ishlatiladigan taqqoslovchi narxlardagi indekslari guruhi. Ular tarkibiga - narxlar agregat indeksi, noaniq narx indeksi -deflyator, baholar zanjiri indeksi, iste'molchilar narxini indeksi, ishlab chiqaruvchilar narxi, hamda maxsus bunyod etilgan indekslar kiradi.

**YAMM saviyasidagi mos kelmaslik-YAMMni potensial va real saviyalari** oralig'idagi uzilish.

**YAMMni noaniq narxini deflyator nndeksi-** bu joriy narxlardagi YAMMni, taqqoslovchi narxlardagi YAMMi nisbatini, yoki boshqa so'z bilan aytganda nominal YAMMni real YAMMga nisbatini tavsiflovchi ko'rsatkich.

**Zayomlar** - qaytarib berish sharti bilan ma'lum muhlatga pul vositalarini jismoniy va yuridik shaxs va davlatlar tomonidan olinishi. Zayomlar foizsiz, imtiyozli, va tijorat shartida beriladigan va ichki va tashqi bo'lishlari mumkin.

## ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Prezident farmonlari, qarorlari, farmoyishlari va I.A. Karimov asarlari

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. —Т.: Ўзбекистон, 2003.

2. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик ва тадбиркорлик фаолияти эркинлигини кафолатлари тўғрисида”ги Қонуни. 2000 йил 25 май.

3. Ўзбекистон Республикасининг “Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш тўғрисида”ги Қонуни. 1995 йил 21 декабрь.

4. Ўзбекистон Республикасининг “Ўзбекистон Республикасида корхоналар тўғрисида”ги Қонуни, 1991 йил 15 февралда қабул қилинган , 1993 йил 7 майда ва 1994 йил 23 сентябрда ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган.

5. Ўзбекистон Республикасининг “Ўзбекистон Республикасида мулкчилик тўғрисида”ги Қонуни. 1990 йил 31 октябрда қабул қилинган , 1993 йил 7 мартда ва 1994 йил 23 сентябрда ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган.

6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 11 апрелдаги ПФ 3594-сонли “Тўғридан тўғри хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги. Фармони. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома № 2, 2005.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 14 июндаги ПФ-3618-сонли “Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодий эркинлаштириш соҳасидаги устувор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома № 2, 2005.

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 14 июндаги ПФ-3619-сонли “Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома № 2, 2005.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 20 июндаги ПФ 3620-сонли “Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома № 2, 2005.

10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 5 октябрдаги ПФ – 3665-сонли “Тадбиркорлик субъектларини текширишни янада қисқартириш ва унинг тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома, 2005, № 2.

11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 21 сентябрдаги ПҚ – 186-сонли “Тадбиркорлик фаолияти юритиш учун рухсатнома турларини қисқартириш ва уларни бериш тартиб-қоидаларини соддалаштириш тўғрисида”ги Қарори. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома, 2005, № 2.

12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 15 июндаги ПҚ – 100 – сонли “Тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобат тизимини такомиллаштириш ва уни ноқонуний талаб этганлик

учун жавобгарликни кучайтириш тўғрисида”ги Қарори. Ўзбекистон Республикаси Президенти девонининг нашри, Хабарнома, 2005, № 2,

13. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маъкамасининг 2004 йил 12 августдаги 387-сонли “Тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи жисмоний шахсларни рўйхатдан ўтказишни тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Қарори.// Халқ сўзи, 2004 йил 13 август.

14. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маъкамасининг “Бозорни истеъмол товарлари билан тўлдиришни рағбатлантириш ҳамда ишлаб чиқарувчилар ва савдо ташкилотларининг ўзаро муносабатларини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Қарори.// Халқ сўзи, 2002 йил 14 ноябрь.

15. Каримов И.А. “Эришган ютуқларни мустахкамлаб янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. //Халқ сўзи, 2006 йил 11 февраль.

16. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. –Т.: Ўзбекистон, 2005.

17. Каримов И.А. Инсон, унинг ҳуқуқи ва эркиндиклари ҳамда манфатлари – энг олий қадрият. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 13 йиллигига бағишланган тантанали маросимда сўзлаган маърузаси. //Халқ сўзи, 2005 йил 8 декабр.

18. Каримов И.А. Ўзбекистон демократик тараққиётнинг янги босқичида – Т.: Ўзбекистон, 2005.

## II. Mahalliy darsliklar, o'quv qo'llanmalar va ma'ruza matnlari

19. Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатасининг хорижий мамлакатлардаги ваколатхоналарини ташкил этиш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси меъёрий ҳужжатлар тўплами, 2005.

20. Ўзбекистон Республикасининг ҳўжалик юритувчи субъектлари томонидан хорижий мамлакатлардаги улар ташкил этган савдо уйлари, ваколатхоналар, корхоналар орқали, шунингдек Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатасининг хорижий мамлакатлардаги савдо-инвестиция уйлари орқали олиб чиқиладиган товарларни божхонада расмийлаштириш тартиби тўғрисида низомни тасдиқлаш ҳақида. Ўзбекистон Республикаси меъёрий ҳужжатлар тўплами, 2005.

## III. Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi va Yevropa davlatlarida chop etilgan darsliklar, o'quv qo'llanmalar va ma'tuzalar matnlari

21. Бейч Э. Консалтинговый бизнес. /Пер. с англ.-СПб.: Питер.

22. Багиев Г.Л. Тарасевич В.М., Анн. Х. Маркетинг. – СПб.: Питер.

23. Панкрухин А.П. Маркетинг. – М.: Омега – Л.

24. Фатхудинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебник для ВУЗов. 5-е изд. – СПб.: Питер.

25. Еременко А. Разработка бизнес – приложений в Microsoft Business solutions – Alapta иерсии. 3.0/ Флексей Еременко, Руслан Шашков. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005

26. Бизнес в 2004 году. Регулирование предпринимательской деятельности.



- М.:Весь Мир, 2004,
27. Кембелл К. Венчурный бизнес: новые подходы / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
28. Морел Д. Как делать прогнозы в бизнесе. О руководство для предпринимателей / Перевод с англ. М.: НИРРО, 2004.
29. Нуруллина Г. Исламская этика бизнеса.- М.: УММА, 2004.
30. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса: Учеб. Пособ.- 3 – е изд., перераб. И доп. – М.: Дело, 2004
31. Сборники бизнес – планов: С рекомендациями и комментариями: Учебно – методическое пособие. / Под ред. Д-ра экон. Наук, проф. В.М. Попова и д-ра экон. Наук С.И. Ляпунова.- 5-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2004.
32. Прочеты в международном бизнесе.: Издательский дом “Вильямс”, 2004.
33. Егорев И.А. Стоимость бизнеса: Искусство управления: Учеб. Посб. – М.: Дело, 2003.
34. Малый бизнес. Организация, экономика, управление: Учеб. Пособие для ВУЗов/ Под ред. Проф. В.Я. Горофинкля, проф. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. – 2е изд., пререб. И доп.-М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003.
35. Ройзберг В.Г. Основы бизнеса, Учебник. – М.: Маркет ДС, 2003.
36. Голыш Л.В. Введение в технологию обучения в экономическом ВУЗе// Учебные материалы семинара тренинга.-Т.: ТГЭУ.
37. Бекмуродов А.Ш., Сагторов С. Тўраев Ж., Солиев К., Рўзиев С. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. Кичик бизнес ва тадбиркорлик ривожига – давр талаби. - Т.: ТДИУ, 2005, 3 – қисм.
38. Самадов А.Н. “Кичик бизнесни бошқариш” фанидан маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2005.
39. Назарова Ф.М. Образовательная технология по учебному предмету «Лизинговые операции». Из серии «Технологии обучения в экономическом образовании». –Т.: ТГЭУ, 2005, книга IV.
40. Юсупов М.А., Эргашхўжаева Ш.Ж. “Тадбиркорлик асослари” фанидан маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2005.
41. Беркинов Б.Б. Айнақулов М.А. Кичик тадбиркорлик корхоналарининг йирик корхоналар билан ишлаб чиқиш кооперацияси.-Жиззах: ЖПИ, 2004.
42. Ходиев Б.Ю., Саматов Ф.А. ва бошқалар. Кичик тадбиркорлик фаолияти асослари”.-Т.: ЁХ ТЕМПУС дастури “Матадор-2000” лойиҳаси, 2004.
43. Қосимова М.С., Ходиев Б.Ю., Саматов А.Н., Мухитдинова У.С., Кичик бизнесни бошқариш. – Т.: Ўқитувчи, 2003.

#### V. Nomzodlik, doktorlik dissertatsiyalari va bitiruv malakaviy ishlar

44. Кенжабоев А.Т. Тадбиркорлик фаолиятида ахборотлаштириш миллий тизимини шакллантириш муаммолари. Докторлик диссертацияси. –Т.: ТДИУ, 2005.
45. Яхшибоев Г.К. Ўзбекистон Республикасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий таъминлаш масалалари. Номзодлик диссертацияси. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат ва жамият қурилиш академияси, 2005.
46. Абдукаримов Б., Эргашев Б. Кичик ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг фаолиятини самарали ташкил этиш. Илмий-

амалий анжуман маърузалар тезислари. – Т.: ТДИУ, 2005 йил март.

47.Тўраев Ш. Кичик бизнесни ривожлантиришда солиқларнинг роли. Иқтисодий эркинлаштириш шароитида Ўзбекистон Республикаси корхоналари ва ташкилотларида маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш масалалари мавзусидаги илмий-амалий анжуман. -Т.: ТДИУ, 2005.

#### **IV. Chop etilgan monografiya, jurnal va gazetalardagi ilmiy maqolalar**

48.Қодиров М. Иқтисодий салоҳият ифодаси. //Солиқ тўловчининг журнали, 2005, № 4.

49.Файзиев А. Кичик тадбиркорлик субъектлари учун имтиёзлар. // Солиқ тўловчининг журнали, 2005, № 8.

#### **VIII. Statistik ma'lumotlar to'plamlari, Internet yangiliklari, veb saytlar**

50. Малый бизнес и предпринимательство Республики Узбекистан в 2005 году. Статистический сборник. – Т.: Госкомитет РУ по статистике, 2005

51.Ўзбекистон Республикасининг 2004 йилдаги ижтимоий иқтисодий ривожланиши бўйича яқунлари. – Т.: Статистика давлат қўмитаси, 2005.

52. Rambler-[http://www.rambler, ru/;](http://www.rambler.ru/)

53.Яндекс- [http://yandex/ru/;](http://yandex.ru/)

54.Апорт!- [http://www/aport.ru/;](http://www.aport.ru/)

55.“@rus”- [http://atrus.ru./;](http://atrus.ru./)

56.List .ru- [http://www.list.ru/;](http://www.list.ru/)

57.Russia on the Net- [http://www.ru/;](http://www.ru/)

58.[www.katalog.7st.ru.maket.phtml](http://www.katalog.7st.ru.maket.phtml)

59.<http://www.ced.bg/eng/projects/project12/publication/book.htm>

MUNDARIJA

<b>KIRISH</b> .....	<b>5</b>
<b>I BOB. KICHIK BIZNESNING MOHIYATI VA RIVOJLANISHI</b> .....	<b>7</b>
1.1 Kichik biznes tushunchasi .....	7
Qisqa xulosalar .....	11
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	11
Asosiy adabiyotlar .....	11
<b>II BOB. O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNING SHAKILLANISHI</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kichik biznesni rivojlanish bosqichlari .....	12
2.2 O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning ustivorliklari .....	14
2.3 Kichik biznesning ijtimoiy – iqtisodiy vazifalari .....	15
Qisqa xulosalar .....	16
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	16
Asosiy adabiyotlar .....	16
<b>III BOB. RIVOJLANGAN DAVLATLAR IQTISODIYOTIDA KICHIK BIZNESNING O'RNI</b> <b>17</b>	<b>17</b>
3.1.Xorijiy davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesning roli .....	17
3.2 Yevropa davlatlarida kichik biznesning rivojlanish xususiyatlari .....	18
Qisqa xulosalar .....	21
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	21
Asosiy adabiyotlar .....	22
<b>IV BOB. KICHIK BIZNESNING TASHKILY VA HUQUQIY SHAKLLARI</b> .....	<b>23</b>
4.1. Xususiy tadbirkorlik .....	23
4.2. Shirkat korxonalar .....	24
4.3. Mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar .....	24
4.4. Kichik korxonalar .....	25
4.5. Hissadorlik jamiyatlari .....	26
4.6. Ishlab chiqarish kooperativlari .....	26
4.7. Xolding, offshor kompaniyalar .....	27
4.8. Konsalting birlashmalari .....	27
Qisqa xulosalar .....	28
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	28
Asosiy adabiyotlar .....	28
<b>V BOB. KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINI DAVLAT RO'YXATIDAN O'TKAZISH</b> .....	<b>29</b>
5.1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi .....	29
5.2. Kichik biznes subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi .....	31
5.3. Kichik biznes subyektlarini tashkil etish va tugatishdagi muammolar .....	34
5.4. Yangi korxonaning litsenziya olish tartibi .....	36
Qisqa xulosalar .....	38
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	38
Asosiy adabiyotlar .....	38
<b>VI BOB. KICHIK BIZNES FAOLIYATINI REJALASHTIRISH</b> .....	<b>40</b>
6.1. Kichik biznes faoliyatini strategik rejalashtirish .....	40
6.2. Biznes g'oyalarning shakllanishi va biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash .....	41
6.3 Moliyaviy ta'minot manbalarini izlash .....	43
Qisqa xulosalar .....	44
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	44
Asosiy adabiyotlar .....	44
<b>VII BOB. KICHIK BIZNES KORXONALARI UCHUN</b> .....	<b>45</b>
<b>BIZNES REJA ISHLAB CHIQUISH</b> .....	<b>45</b>
7.1 Biznes rejaning mohiyati va ahamiyati .....	45
7.2. Biznes-reja ishlab chiqish jarayoni .....	46
7.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari .....	49
Qisqa xulosalar .....	52
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	53
Asosiy adabiyotlar .....	53
<b>VIII BOB. KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH</b> .....	<b>54</b>
8.1. Kichik biznesni boshqarish tamoyillari .....	54
8.2. Kichik biznesni boshqarishning oziga xos xususiyatlari .....	55
8.3. Kadrlar siyosati va personalni boshqarish .....	57
Qisqa xulosalar .....	59
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	59
Asosiy adabiyotlar .....	60

<b>IX BOB. KICHIK BIZNES KORXONALARI BOSHQARUVINING TASHKILY TUZILISHI</b> .....	<b>61</b>
9.1. Kichik biznes korxonalari boshqaruvi strukturasi .....	61
9.2. Kichik biznes korxonalari tashkiliy strukturasi o'zgarishi.....	61
9.3. Kichik biznes korxonalari tashkiliy tuzilmalarining turlari .....	62
9.4. Kichik biznesni zamonaviy tashkiliy strukturasi .....	64
Qisqa xulosalar .....	64
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	65
Asosiy adabiyotlar .....	65
<b>X BOB. KICHIK BIZNESDA KADRLAR SIYOSATI</b> .....	<b>66</b>
10.1. Ishchilarni ish joylariga joylashtirish .....	66
10.2. Vazifalarning mansabga ko'ra taqsimlash .....	67
10.3. Kadrlar qo'nimsizligi va uni kamaytirish .....	69
Qisqa xulosalar .....	70
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	70
Asosiy adabiyotlar .....	70
<b>XI BOB. KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH PSIXOLOGIYASI</b> .....	<b>71</b>
11.1. Biznesning axloq me'yorlari, tadbirkorlik etikasi .....	71
11.2. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish .....	71
11.3. Sheriklar o'rtasidagi va xizmat yuzasidan munosabatlar .....	72
Qisqa xulosalar .....	73
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	73
Asosiy adabiyotlar .....	74
<b>XII BOB. KICHIK BIZNESNI AXBOROT BILAN TA'MINLASH</b> .....	<b>75</b>
12.1. Axborotlarni yig'ish va tahlil etish .....	75
12.2. Maxfiy axborotlar .....	75
12.3. Axborotlarni himoya qilish .....	76
Qisqa xulosalar .....	77
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	77
Asosiy adabiyotlar .....	77
<b>XIII BOB. KICHIK BIZNESNI MOLIALASH VA KREDIT BILAN TA'MINLASH</b> .....	<b>78</b>
13.1. Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati .....	78
13.2. Kredit mablag'lari va ularning berilish tartibi .....	79
13.3. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllari .....	80
Qisqa xulosalar .....	83
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	83
Asosiy adabiyotlar .....	83
<b>XIV BOB. KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNI DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB - QUVVATLASH</b> .....	<b>84</b>
14.1. Kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari .....	84
14.2. Kichik biznesni sarmoya bilan ta'minlash .....	86
14.3. Kichik biznesni xalqaro kredit liniyalari orqali moliyalashtirish .....	89
14.4. Kichik biznesni korxonalar moliyaviy resurslar bilan ta'minlash muammolari .....	90
Qisqa xulosalar .....	91
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	92
Asosiy adabiyotlar .....	92
<b>XV BOB. KICHIK BIZNESDA INVESTITSIALARNING LOYIHAVIY TAHLILI</b> .....	<b>93</b>
15.1. Investitsion loyihalar tahlilining o'ziga xos xususiyatlari .....	93
15.2. Investitsion loyiha sikllari .....	94
Qisqa xulosalar .....	95
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	96
Asosiy adabiyotlar .....	96
<b>XVI BOB. KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI</b> .....	<b>97</b>
16.1. Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatning o'rni .....	97
16.2. Kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish muammolari .....	99
16.3. Kichik biznes korxonalarini tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari .....	101
Qisqa xulosalar .....	102
Nazorat va mulohaza uchun savollar .....	102
Asosiy adabiyotlar .....	103
<b>XVI BOB. KICHIK BIZNES KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA LIZINGDAN FOYDALANISH</b> .....	<b>104</b>
17.1. Kichik biznesda lizingdan foydalanishning ahamiyati .....	104
17.2. O'zbekistonda lizing munosabatlarining o'ziga xos xususiyatlari .....	104

17.3. Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida tutgan o'ri	105
Qisqa xulosalar	107
Nazorat va mulohaza uchun savollar	107
Asosiy adabiyotlar	107
<b>XVIII BOB. KICHIK BIZNES TIZIMIDA FRANCHAYZING</b>	<b>108</b>
18.1. Franchayzingning mohiyati	108
18.2. Franchayzingning asosiy turlari va qoidalari	108
Qisqa xulosalar	109
Nazorat va mulohaza uchun savollar	110
Asosiy adabiyotlar	110
<b>XIX BOB. KICHIK BIZNESNING HAYOTIY SIKLI</b>	<b>111</b>
19.1. Kichik biznesning hayotiy sikli to'g'risida tushuncha	111
19.2. Kichik biznes korxonalarining hayotiy siklini boshqarishni samarali tashkil etish	112
19.3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligini ta'minlash	113
Qisqa xulosalar	114
Nazorat va mulohaza uchun savollar	114
Asosiy adabiyotlar	114
<b>XX BOB. KICHIK BIZNESDA BANKROTLIK</b>	<b>115</b>
20.1. Bankrotlik - raqobat kurashining obyektiv hodisasi	115
20.2. Kichik biznes korxonalarining inqirozga uchrashi sabablari	115
20.3. Kichik biznes subyektlarini tugatish va qayta tashkil etish	116
Qisqa xulosalar	117
Nazorat va mulohaza uchun savollar	118
Asosiy adabiyotlar	118
<b>XXI BOB. KICHIK BIZNESDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH</b>	<b>119</b>
21.1. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari	119
21.2. Bozorga moslashish va strategiyani shakllantirish	119
21.3. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy strukturasi turlari	121
Qisqa xulosalar	122
Nazorat va mulohaza uchun savollar	122
Asosiy adabiyotlar	123
<b>XXII BOB. KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA BOZOR INFRATUZILMASINING O'RNI</b>	<b>124</b>
22.1. Kichik biznesning bozor infratuzilmasi	124
22.2. Kichik biznes infratuzilmasining xususiyatlari	124
22.3. Kichik korxonalarining infratuzilma obyektlari bilan taminlanganlik darajasi	125
22.4. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolari va ularni hal etish choralari	125
Qisqa xulosalar	127
Nazorat va mulohaza uchun savollar	127
Asosiy adabiyotlar	127
<b>XIII BOB. KICHIK BIZNESDA TAVAKKALCHILIK</b>	<b>128</b>
23.1. Tadbirkorlik muhiti va xo'jalik tavakkalchiligi	128
23.2. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari	129
23.3. Tavakkalchilik elementlari bilan bog'liq qarorlarni tanlash va amalga oshirishga ta'sir qiluvchi omillar	129
23.4. Kichik biznesda xo'jalik tavakkalchiligini sug'urtalash	130
Qisqa xulosalar	130
Nazorat va mulohaza uchun savollar	131
Asosiy adabiyotlar	131
<b>XXIV BOB. KICHIK BIZNESDA INNOVATSION FAOLIYAT</b>	<b>132</b>
24.1. Innovatsion faoliyatning mohiyati va mazmuni	132
24.2. Innovatsiyaning tashkiliy-huquqiy shakllari	133
24.3. Ozbekistonda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo'nalishlari	135
Qisqa xulosalar	137
Nazorat va mulohaza uchun savollar	138
Asosiy adabiyotlar	138
"Kichik biznesni boshqarish" fanini o'qitishda yangi pedagogik texnologiyani qo'llash bo'yicha uslubiy ko'rsatma	139
<b>IZOHLI LUG'AT</b>	<b>143</b>
<b>ADABIYOTLAR RO'YXATI</b>	<b>150</b>
<b>MUNDARIJA</b>	<b>154</b>

# CONTENTS

Introduction.....	5
Chapter 1 – The essence and development of small business.....	7
1.1 The meaning of small business.....	7
Short conclusion.....	11
The questions for control and discussion.....	11
Main literatures.....	11
Chapter 2 – Development of small business in Uzbekistan.....	12
2.1 Developing stages of small business.....	12
2.2 The advantages of developing small business in Uzbekistan.....	14
2.3 A social and economical tasks of small business.....	15
Short conclusion.....	16
The questions for control and discussion.....	16
Main literatures.....	16
Chapter3 - Part of small business in developed countries.....	17
3.1Role of small business in developing of foreign countries.....	17
3.2The particularities of developing small business in Europe.....	18
Short conclusion.....	21
The questions for control and discussion.....	21
Main literatures.....	22
Chapter4 - The organizational and legal.....	23
4.1 Private entrepreneurship.....	23
4.2 Collective farm.....	24
4.3 Private company and open corporations.....	24
4.4 Small enterprises.....	25
4.5 Joint stock companies.....	26
4.6 Productive cooperatives.....	26
4.7 Holding and off – shore companies.....	27
4.8 Consulting concerns.....	27
Short conclusion.....	28
The questions for control and discussion.....	28
Main literatures.....	28
Chapter 5 – Registrations of subjects by state.....	29
5.1 Order of organizing a new enterprise.....	29
5.2 State registration of subjects of small business.....	31
5.3 Problems of organizing and closing of small business subject.....	34
5.4 Licensing of new enterprise.....	36
Short conclusion.....	38
The questions for control and discussion.....	38
Main literatures.....	38
Chapter 6 – Planning of small business activity.....	40
6.1 Strategic planning of small business activity.....	40
6.2 Development of business project and technique and economically proving of business project.....	41
6.3 Searching for financials securities resources.....	43
Short conclusion.....	44
The questions for control and discussion.....	44
Main literatures.....	44
Chapter 7 – For small business enterprises.....	45
Making a business plan.....	45
7.1 Essence and significance of business plan.....	45
7.2 Process of making business plan.....	46
7.3 Main parts of business plan.....	49
Short conclusion.....	52
The questions for control and discussion.....	53
Main literatures.....	53
Chapter 8 – Managing small business.....	54
8.1 Principles of managing small business.....	54
8.2 Characteristic particularities of managing small business.....	55
8.3 Manpower policy and managing a personnel.....	57
Short conclusion.....	59
The questions for control and discussion.....	59
Main literatures.....	60
Chapter 9 – Organizational structure of management of small business enterprises.....	61
9.1 The structure of management small business enterprises.....	61

9.2 Changing organizational structure of small business enterprises.....	61
9.3 Types of organizational structure of small business enterprises.....	62
9.4 Modern organizational structure of small business enterprises.....	64
Short conclusion.....	64
The questions for control and discussion.....	65
Main literatures.....	65
Chapter 10 – Manpower policy in small business .....	66
10.1 Providing personnel with working places .....	66
10.2 Distributing duties by positions .....	67
10.3 Inconstancy of personnel and the ways of its decreasing.....	69
Short conclusion.....	70
The questions for control and discussion.....	70
Main literatures.....	70
Chapter 11 - Psychology of managing small business .....	71
11.1 Norms of ethics of business , ethics of entrepreneurship .....	71
11.2 Formation of personal peculiarities of entrepreneurs .....	71
11.3 Relations between partners and business .....	72
Short conclusion.....	73
The questions for control and discussion.....	73
Main literatures.....	74
Chapter12 - Ensuring small business with information.....	75
12.1 Collecting and analyzing information.....	75
12.2 Confidential information.....	75
12.3 Security of information.....	76
Short conclusion.....	77
The questions for control and discussion.....	77
Main literatures.....	77
Chapter13 - Financing of small business and credit providing.....	78
13.1 Financial resources and the essence of financial capital .....	78
13.2 Credit resources and the order of crediting.....	79
13.3 Forms of providing small business with credit.....	80
Short conclusion.....	83
The questions for control and discussion.....	83
Main literatures.....	83
Chapter14 - State support for development of small business.....	84
14.1 Forms and methods of state support for small entrepreneurship .....	84
14.2 Providing the small business with investment .....	86
14.3 Financing the small business by international demand line of credit.....	89
14.4 Problems of small business enterprises with providing financial resources.....	90
Short conclusion.....	91
The questions for control and discussion.....	92
Main literatures.....	92
Chapter15 - Analyzing of investment projects in small business.....	93
15.1 Characteristic peculiarities of analyzing investment projects .....	93
15.2 Cycles of investment project .....	94
Short conclusion.....	95
The questions for control and discussion.....	96
Main literatures.....	96
Chapter 16 - Foreign Economic Activity of small business enterprises .....	97
16.1 Part of FEA in profitability of small business enterprises .....	97
16.2 Problems of realization FEA in small business enterprises .....	99
16.3 Main principles of developing FEA in small business enterprises .....	101
Short conclusion.....	102
The questions for control and discussion.....	102
Main literatures.....	103
Chapter 17 - Leasing in developing small business enterprises .....	104
17.1 Part of Leasing in small business .....	104
17.2 Characteristic peculiarities of leasing in Uzbekistan .....	104
17.3 Part of leasing operations in the World Economy .....	105
Short conclusion.....	107
The questions for control and discussion.....	107
Main literatures.....	107
Chapter 18 - Franchising in small business .....	108

18.1 The Essence of franchising .....	108
18.2 Main types and rules of franchising .....	108
Short conclusion.....	109
The questions for control and discussion.....	110
Main literatures.....	110
Chapter 19 - Life cycle of small business .....	111
19.1 Concept about Life cycle of small business .....	111
19.2 Life cycle management organizing of small business enterprises life cycles.....	112
19.3 Providing small business with financial adaptability .....	113
Short conclusion.....	114
The questions for control and discussion.....	114
Main literatures.....	114
Chapter 20 - Bankruptcy in small business .....	115
20.1 Bankruptcy is the objective event of competitive struggles .....	115
20.2 Reasons of small business enterprises bankruptcy .....	115
20.3 Liquidation and reorganization of small business enterprises?.....	116
Short conclusion.....	117
The questions for control and discussion.....	118
Main literatures.....	118
Chapter 21 - Organization of marketing in small business .....	119
21.1 Tasks and aims (purposes) of marketing in small business .....	119
21.2 Formation of strategy and adaptations to market .....	119
21.3 Types of organizations structures of marketing. Conceptions in small business enterprises .....	121
Short conclusion.....	122
The questions for control and discussion.....	122
Main literatures.....	123
Chapter 22 - Part of Market infrastructure in developing the small business.....	124
22.1 Market infrastructure of small business.....	124
22.2 Peculiarities of small business infrastructure .....	124
22.3 Position of providing small business infrastructure with objects .....	125
22.4 Problems of building market infrastructure and the ways of solving them .....	125
Short conclusion.....	127
The questions for control and discussion.....	127
Main literatures.....	127
Chapter 23 – Risk in small business .....	128
23.1 Business condition and financial risk .....	128
23.2 The methods of measuring the risk .....	129
23.3 Selecting decisions connected with risk elements and the principles influencing to their realizations .....	129
23.4 Risk insurance of small business .....	130
Short conclusion.....	130
The questions for control and discussion.....	131
Main literatures.....	131
Chapter 24 – Innovational activity in small business .....	132
24.1 Principles and concepts of innovational activity .....	132
24.2 Organizing and legal forms of innovation.....	133
24.3 Directions for developing innovational activity of entrepreneurship in Uzbekistan .....	135
Short conclusion.....	137
The questions for control and discussion.....	138
Main literatures.....	138
Methodological indications on putting into practice (application) a new pedagogical technologic on the subject. Managing small business .....	139
Explanatory dictionary .....	143
List of literatures .....	150
Contents .....	157



M.S.QOSIMOVA, D. A.SHODIBEKOVA,  
M.A.YUSUPOV, A.N.SAMADOV.

# KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH

*O'quv qo'llanma*

*Nashr uchun mas'ul:*

*O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi*

*Adabiyot jamg'armasi direktori*

*Qurbonmurod Jumayev*

*Muharrir:*

*Faxriddin Hayitov*

*Musavvir va texnik muharrir:*

*Akbarali Mamasoliyev*

*Nodir Ortiqov*

*Terishga berildi 04.10.2005 y. Bosishga ruxsat*

*etildi 20.11.2005 y. Qog'oz formati 60x84 1/16,*

*Ofset bosma usulida bosildi. Nashr bosma*

*tobog'i 10,0. Nuxsasi 500.*

*Buyurtma № 175*

*O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot*

*jamg'armasi nashriyoti, 700000, Toshkent,*

*J-Neru ko'chasi, 1-uy.*

*«AVTO-NASHR» sho'ba korxonasi*

*bosmaxonasida chop qilindi.*

*700005, Toshkent shahri, 8-mart ko'chasi, 57-uy.*



**Qosimova Mafirat Sobirovna** — iqtisod fanlari doktori, professor. Mehnat faoliyatini 1974 yilda Toshkent xalq xo'jaligi instituti (hozirgi TDIU) "Savdo iqtisodiyoti" kafedrasida assistentlikdan boshlagan. 1983 yilda nomzodlik, 1993 yilda esa doktorlik dissertatsiyasini himoya qilgan. U ko'plab darslik, o'quv qo'llanmalar hamda yurtimiz va xorijda nashr etiladigan jumallardagi 100 dan ortiq ilmiy maqolalarg muallifidir.

Hozirgi kunda universitetning Xalqaro biznes fakulteti dekani lavozimida ishlamoqda.



**Shodibekova Dildora Abduraxmanovna** — Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti "Xalqaro biznes" kafedrasida dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi. O'z ilmiy-pedagogik faoliyati davomida iqtisodiyotning marketing, moliya, kichik biznes sohalarini bo'yicha 2 ta amaliy o'quv qo'llanma, 2 ta elektron darslik, 47 ta ma'ruza matni, 30 dan ortiq ilmiy-ommabop tezislari, bir nechta o'quv-uslubiy qo'llanma va risolalar hamda qator o'quv dasturlari muallifi bo'lgan.

Ilmiy ishlari "Kichik biznesni rivojlantirish muammolari" hamda "Xalqaro marketing" mavzulariga bag'ishlangan.



**Yusupov Mahamadamin Abduhamidovich** — Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti sirtqi bo'lim dekani, "Marketing" kafedrasida dotsenti. O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim a'lochisi.

Uning iqtisodiyot, marketing va biznes-rejalashtirishga oid 70 bosma taboqdan ortiq ilmiy ishlari, jumladan, 1 ta darslik, 4 ta o'quv qo'llanmasi hamda 100 bosma taboqdan ko'proq o'quv-uslubiy ishlari chop etilgan. AQSh va Italiyada malaka oshirgan.



**Samadov Asqarjon Nishonovich** — iqtisod fanlari nomzodi, dotsent. 1983 yildan buyon TDIU da assistent, katta o'qituvchi hamda dotsent lavozimlarida ishlab kelmoqda.

1992 yili nomzodlik dissertatsiyasini himoya qilgan. Hozirda "Kichik biznes va tadbirkorlik tizimida marketing samaradorligi" mavzusidagi doktorlik ishi ustida ishlamoqda.

"Birja va reklama faoliyatini boshqarish", "Tovarshunoslik", "Kichik biznesni boshqarish" kabi o'quv qo'llanmalari, 50 dan ortiq ilmiy maqollari chop etilgan.